

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

АНТОНЯК Анна Владимировна

**КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ
ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE FIELD OF ENVIRONMENTAL
PROTECTION**

Выпускная квалификационная бакалаврская работа
по направлению 031900 «Международные отношения»

Научный руководитель –
кандидат юридических наук,
доцент М. А. Ермолина

Студент:

Научный руководитель:

Работа предоставлена на кафедру

«__»_____ 2017 г.

Заведующий кафедрой:

Санкт-Петербург

2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ (КСО) В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ КАК ЭЛЕМЕНТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ	6
1.1. Концепция устойчивого развития в эпоху глобализации	6
1.2. Понятие и сущность корпоративной социальной ответственности в сфере защиты окружающей среды	12
1.3. Глобальный договор ООН как основа КСО на международном уровне	19
ГЛАВА 2. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ (НА ПРИМЕРЕ UNILEVER, P&G, IKEA, H&M)	25
2.1. Экологическая ответственность компании Unilever	25
2.2. Экологическая ответственность компании P&G	28
2.3. Экологическая ответственность компании IKEA	31
2.4. Экологическая ответственность компании H&M	36
ГЛАВА 3. РАЗВИТИЕ КСО В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	42
3.1. Реализация КСО в Российской Федерации	42
3.2. Перспективы внедрения принципов КСО в российских организациях	48
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	53
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	55

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В эпоху глобализации человечество столкнулось с огромным количеством проблем: глобальное потепление, таяние ледников, загрязнение воды, почвы и воздуха, истощение ресурсов, исчезновение многочисленных видов животных и растений, засухи, наводнения, ураганы и многие другие явления создают угрозу существованию самой жизни на Земле.

Действий отдельных государств в решении подобных проблем явно не достаточно, собственно поэтому они и называются «глобальными». Мировой опыт показывает, что справиться с ними можно лишь общими силами путем широкого международного сотрудничества. В связи с этим под эгидой ООН еще в 1986 году была создана Международная комиссия по окружающей среде и развитию. Она предложила концепцию устойчивого развития, согласно которой «удовлетворение потребностей нынешнего поколения должно происходить без ущерба для будущих поколений». Внедрение данной концепции ведется через взаимодействие с правительствами и транснациональными корпорациями (ТНК). Бизнес, подталкиваемый гражданским обществом и развитыми государствами, приходит к пониманию необходимости гармоничного развития как залога экономической стабильности в будущем. Это способствовало формированию т.н. «концепции корпоративной социальной ответственности», которая означает этичную и открытую деятельность компании, способствующую устойчивому развитию и учитывающую интересы заинтересованных сторон.

Нельзя не заметить, что с каждым годом Российская Федерация все активнее ведет работу в деле защиты окружающей среды, а текущий 2017 год объявлен «годом экологии». В настоящее время в нашей стране действует федеральная программа «Охрана окружающей среды»¹ на 2012-2020 годы, согласно которой к 2020 году выбросы вредных веществ должны сократиться в 2,2 раза. За 2013 год около 20% предприятий снизили объем выбросов, однако результаты все же ниже ожидаемых. В России более половины городского населения живут в условиях «высокого» и «очень высокого» загрязнения воздуха, а опустыниваем охвачены 100 млн га в 27 регионах. На 11 тысячах свалок захоронено 82 млрд тонн отходов, и каждый год их количество растет на 60-70 млн тонн, что ведет к ухудшению состояния почв и загрязнению воды.

¹ Государственная программа Российской Федерации «Охрана окружающей среды» на 2012 - 2020 годы
<http://www.mnr.gov.ru/upload/iblock/34e/Gosprogramma_OOS.pdf>

Проблемы окружающей среды в мире и в России становятся все острее, однако экологическая ответственность бизнеса оставляет желать лучшего. Двигателями КСО в нашей стране выступают международные компании, которые переходят на энергетически эффективные способы производства, используют переработанные материалы, организуют различные экологические инициативы и действуют открыто, публикуя отчеты о своей деятельности. КСО укрепляет доверие и ценность бренда, что повышает продажи и привлекательность компании в качестве работодателя, ускоряет рост бизнеса. Деятельность ТНК в нашей стране и за рубежом достойна серьезного рассмотрения, ведь перенятие успешных международных практик российскими организациями – это один из способов достижения устойчивого развития в России.

Объект исследования можно определить как стратегию ТНК в области охраны окружающей среды, а его **предмет** – деятельность бизнеса в сфере охраны окружающей среды.

Целью работы является выработка рекомендаций по реализации экологической составляющей КСО в российских компаниях. Для этого необходимо выполнить следующие **задачи**:

- Рассмотреть основные международные документы в сфере устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности, определить сущность КСО в сфере экологии;
- Доказать, что КСО в России – это реальность, и что она приносит пользу не только планете, но и самой компании, проанализировав для этого деятельность зарубежных ТНК, занимающихся производством потребительских товаров и розничной торговлей (на примере Unilever, Procter&Gamble, H&M и IKEA);
- Сделать обзор применения принципов КСО в России и определить аспекты, по которым необходимо совершенствование федерального законодательства.

При написании работы была использована обширная источниковая база. Среди основных проанализированных документов можно перечислить декларации и резолюции ООН по вопросам устойчивого развития и охраны окружающей среды, международные договоры и соглашения, международные и национальные стандарты отчетности, мировые рейтинги и статистические данные об охране окружающей среды в разных странах, отчеты ТНК по устойчивому развитию, а также официальные сайты международных и российских организаций.

Теоретическую основу составили труды отечественных авторов, таких как А.Е. Костин, А.Н. Асаул, А.Д. Зарецкий и И.Л. Шевченко, а также работы зарубежных

исследователей, в основном, опубликованные в Journal of Business Ethics. Авторы русскоязычных работ преимущественно рассматривают историю появления, понятие, виды проявления, механизмы и общие тенденции в сфере корпоративной социальной ответственности. На английском же языке существует множество работ с подробным анализом составляющих КСО, методов ее реализации и оценки, а также с основными преимуществами ее внедрения на примере деятельности определенных зарубежных компаний. Иностранные и отечественные авторы доказывают, что корпоративная экологическая ответственность приносит пользу компаниям, способствуя повышению доверия к ним и, соответственно, росту прибыли, а также располагает сотрудников быть лояльнее к своему месту работы. При этом важная корреляция наблюдается между уровнем финансовой устойчивости компании и имплементацией в ней стратегии экологической ответственности. Важной задачей для исследователей на данном этапе является разработка надежного метода анализа корпоративной экологической ответственности компаний с учетом неоднородного уровня прозрачности организаций и различных видов отчетности.

Очевидно, что у корпоративной социальной ответственности в сфере охраны окружающей среды существенный потенциал для развития во всем мире, включая нашу страну. У российских менеджеров есть возможность изучать и внедрять уже проверенный зарубежный опыт управления КСО, а у ученых – проводить собственные исследования по оценке экологической деятельности российских компаний и давать рекомендации по внедрению принципов устойчивого развития в их стратегии, поскольку эффективность и позитивное влияние КСО доказаны на глобальном уровне, а это значит, что и российским организациям стоит обратить пристальное внимание на эту тему.

Научная новизна проведенного исследования состоит в комплексном исследовании проблемы КСО с позиций реализации международной концепции устойчивого развития.

Структура работы определена задачами исследования. В первой главе рассмотрена взаимосвязь между концепциями устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности, дано определение понятию КСО и приведены ее основные принципы согласно Глобальному договору ООН. Во второй главе осуществлен анализ деятельности компаний Unilever, Procter&Gamble, H&M и IKEA в сфере защиты окружающей среды, а также описано влияние, которое оказывает КСО на устойчивое развитие компании. В третьей главе приведены примеры реализации экологических принципов КСО в России, определены основные векторы развития и даны рекомендации по внедрению принципов КСО в сфере охраны окружающей среды в отечественных компаниях.

ГЛАВА 1. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ (КСО) В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ КАК ЭЛЕМЕНТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Понятия «корпоративной социальной ответственности» и «устойчивого развития» в последние годы стали повсеместно использоваться при описании текущих мировых тенденций, особенно с ускорением процесса глобализации. В главе прослеживается взаимосвязь между этими явлениями посредством анализа различных международных документов и инициатив в сфере КСО и устойчивого развития, в частности, путем анализа Повестки дня в области устойчивого развития до 2030 года и Глобального договора ООН.

1.1. Концепция устойчивого развития в эпоху глобализации

Человечество уже давно обеспокоено состоянием окружающей среды. Особенно остро данный вопрос встал во второй половине XX века: сможет ли человечество эффективно развиваться таким образом, чтобы не навредить Земле и оставить после себя мир, пригодный для жизни последующий поколений?

Еще в конце шестидесятых годов прошлого века в научной среде складывалась идея о том, что проблемы перенаселения, ограниченности ресурсов и загрязнения окружающей среды неизбежно приведут к глобальному кризису. Одной из первых попыток осмысления этого кризиса, анализа проблем и поиска возможных решений была деятельность *Римского клуба* – общественной организации, основанной в 1968 году итальянцем Аурелио Печчели. Клуб объединил предпринимателей, экономистов, ученых и политических деятелей, которые были призваны «содействовать тому, чтобы люди как можно яснее и глубже осознавали затруднения человечества» и «стимулировать установление новых отношений, политических курсов и институтов, которые способствовали бы исправлению нынешней ситуации»².

Параллельно работе Клуба проходила Стокгольмская конференция, на которой в июне 1972 года была принята *Декларация Конференции ООН по проблемам окружающей человека среды*, в которой «впервые раздельно воспринимаемые проблемы были представлены и проанализированы системно»³. Решающее значение признавалось за

² Печчеи А. Человеческие качества. М.: Прогресс, 1985. URL: <http://igrunov.ru/cat/vchk-cat-bibl/articles/peccei/ch4.html>

³ Перелет Р.А. Переход к эре устойчивого развития? // Россия в окружающем мире (аналитический ежегодник). М.: МНЭПУ, 2003.

экономическими факторами, однако было провозглашено, что «сохранение и улучшение качества окружающей человека среды является важной проблемой»⁴. В соответствии с 13 принципом Декларации, государствам необходимо было выработать единый подход к планированию своего развития, чтобы оно способствовало улучшению окружающей среды. 24 принцип подчеркнул потребность в сотрудничестве всех стран для решения международных проблем, связанных с охраной и улучшением окружающей среды, с учетом суверенных интересов всех государств.

В 1983 году под эгидой ООН была создана *Международная комиссия по окружающей среде и развитию*, которую возглавила норвежский премьер-министр Гру Харлем Брундтланд. По результатам работы Комиссии в 1987 году был представлен доклад «Наше общее будущее», где была предложена концепция устойчивого развития, при которой «удовлетворение потребностей нынешнего поколения происходит без ущерба для возможности будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности»⁵. В новой стратегии мирового развития главными стали три задачи: достижение экономической эффективности, соразмерной расходам природных ресурсов, установление социальной справедливости и защита окружающей среды.

Окончательное признание важности устойчивого развития произошло на Всемирной конференции по окружающей среде и развитию, состоявшейся в 1992 году в Рио-де-Жанейро. *Декларация Конференции ООН по окружающей среде и развитию*⁶ закрепила концепцию устойчивого развития и признание того, что:

- центральное место занимает забота о людях, которые должны иметь право на здоровую и плодотворную жизнь в гармонии с природой (принцип 1);
- реализация права на развитие должна обеспечить справедливое удовлетворение потребностей нынешнего и будущих поколений (принцип 3);
- защита окружающей среды должна составлять неотъемлемую часть процесса развития (принцип 4);
- необходимо уменьшение разрыва в уровнях жизни населения различных государств и искоренение бедности (принцип 5).

⁴ Декларация Конференции Организации Объединенных Наций по проблемам окружающей человека среды. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declarathenv.shtml

⁵ Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. P. 16. URL: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>

⁶ Рио-де-Жанейрская декларация по окружающей среде и развитию. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/riodecl.shtml

В Декларации подчеркивается, что всем государствам необходимо принимать эффективные законодательные акты в области окружающей среды, отражающие условия развития, в которых они применяются (принцип 11), а также касающиеся ответственности и компенсации жертвам загрязнения и другого экологического ущерба (принцип 13). В целом, Декларация свидетельствовала о необходимости ведения государственной и международной политики в сфере сохранения окружающей среды и реализации концепции устойчивого развития, в соответствии с которой должны приниматься все политические и экономические решения⁷. Конференция в Рио-де-Жанейро сыграла особую роль в формировании концепции устойчивого развития, поскольку «она поставила перед обществом, государством и бизнесом задачу социально-ответственного поведения и ввела новый инструмент – стратегию устойчивого развития»⁸. Этой стратегией стал документ *Повестка дня XXI века* или Программа 21, который включает в себя 4 раздела и 40 глав о дальнейшем развитии человечества. С целью воплощения достигнутых соглашений была создана Комиссия ООН по устойчивому развитию.

В связи с расширением процесса глобализации, границы стали значить намного меньше, а проблемы одного региона планеты сказываться на положении регионов на другом ее конце. Стали еще более заметны проблемы социального расслоения как внутри стран, так и между ними, а также культурное усреднение, потеря национальной идентичности и усиление зависимости экономически слаборазвитых государств от более могущественных. Таким образом, концепция устойчивого развития приобрела особую актуальность и послужила дополнительным стимулом к международному сотрудничеству.

После конференции в Рио-де-Жанейро прошли несколько значимых международных мероприятий по устойчивому развитию: Всемирная конференция по правам человека (Вена, 1993), Международная конференция по народонаселению и развитию (Каир, 1994), Всемирная встреча на высшем уровне в интересах социального развития (Копенгаген, 1995). В 1995 году был принят *Берлинский мандат*, который послужил началом переговоров относительно обязательств стран по борьбе с изменением климата, которые завершились в 1997 году *Киотским протоколом*, определившим юридические обязательства по сокращению выбросов углекислого газа в атмосферу⁹.

⁷ Коптюг В.А. Конференция ООН по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, июнь 1992 года). Новосибирск: СО РАН, 1992. С. 24-25.

⁸ Белоусов К.Ю. Современный этап эволюции концепции устойчивого развития и формирование парадигмы корпоративной устойчивости // Проблемы современной экономики. № 1(45), 2013.

⁹ Киотский протокол к Рамочной конвенции Организации Объединенных Наций об изменении климата. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/kyoto.shtml

На Всемирном экономическом форуме в Давосе 1999 года Генеральный секретарь ООН Кофи Аннан с целью интегрировать бизнес, государство и общество предложил создать Глобальный договор. Он отразил ключевые принципы корпоративной социальной ответственности и создал возможности для внедрения концепции устойчивого развития на уровне бизнеса.

В 2000 году состоялся Саммит Тысячелетия, на котором была принята Декларация тысячелетия ООН¹⁰. В ней были сформулированы восемь Целей развития тысячелетия (ЦРТ) и 21 задача, призванные улучшить социальные и экономические условия беднейших стран мира к 2015 году. Помимо ликвидации абсолютной бедности и голода, обеспечения всеобщего начального образования, сокращения детской смертности и охраны материнства, расширения равноправия и борьбы с заболеваниями, была поставлена цель обеспечить всемирную экологическую устойчивость.

26 августа – 4 сентября 2002 года в ЮАР прошла Всемирная встреча на высшем уровне по устойчивому развитию, на которой была принята *Йоханнесбургская декларация по устойчивому развитию*¹¹, вновь подтвердившая приверженность государств результатам Рио-де-Жанейрской конференции 1992 года. Участниками был также принят План выполнения решений Всемирной встречи на высшем уровне по устойчивому развитию¹², уже намного более четкий, чем Повестка дня на XXI век. План содержит определенную программу мер, опорой которой являются бизнес-сообщества, неправительственные организации и глобальные партнерства.

В июне 2012 года лидеры государств вновь провели встречу в Рио-де-Жанейро, посвященную проблемам устойчивого развития. На Конференции ООН «Рио+20» была принята декларация *«Будущее, которого мы хотим»*¹³. Сами страны назвали итоговый текст «компромиссом, приемлемым для большинства участников», однако общественные организации оказались недовольны результатами Конференции и утверждали, что одобренная Декларация – это вовсе не то будущее, которого они хотят, а скорее способ удовлетворить крупные корпорации. Генеральный директор Greenpeace International Куми

¹⁰ United Nations Millennium Declaration. URL: <http://www.un.org/millennium/declaration/ares552e.pdf>

¹¹ Йоханнесбургская декларация по устойчивому развитию. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/decl_wssd.shtml

¹² План выполнения решений Всемирной встречи на высшем уровне по устойчивому развитию. URL: http://www.un.org/ru/events/pastevents/pdf/plan_wssd.pdf

¹³ Участники саммита "Рио+20" утвердили итоговую декларацию. URL: <http://ria.ru/nature/20120623/679784802.html>

Найду в связи с этим назвал саммит «Рио минус 20»¹⁴. Одним из самых важных событий Конференции стало начало разработки Целей устойчивого развития (ЦУР), которые сменили Цели развития тысячелетия.

Согласно опубликованному в 2015 году докладу ООН¹⁵, был достигнут значительный прогресс в реализации ЦРТ. В частности, в сфере экологической устойчивости ключевыми достижениями стали ликвидация озоноразрушающих веществ на 98% и ожидаемое восстановление озонового слоя к середине текущего века, увеличение количества человек, имеющих доступ к качественной питьевой воде и санитарно-техническим средствам, замедление процесса обезлесивания. Однако по-прежнему существует угроза исчезновения биологических видов, объем выбросов парниковых газов продолжает расти и уже превышает уровень 1990 года более чем на 50%, более 40% мирового населения испытывают нехватку водных ресурсов. Таким образом, экологическая устойчивость стала одной из главных составляющих повестки дня в области развития на следующие 15 лет.

1 января 2016 года официально вступили в силу 17 целей устойчивого развития, изложенные в *Повестке дня в области устойчивого развития на период до 2030 года*¹⁶, принятой в сентябре 2015 года на Саммите ООН. Основываясь на успехах Целей развития тысячелетия, ЦУР направлены на то, чтобы положить конец нищете совместными усилиями всех стран. Ликвидация бедности должна быть неразрывно связана с экономическим ростом, повышением качества образования, здравоохранения, социальной защиты и условий труда, а также решением экологических проблем. Взаимосвязь устойчивого развития и изменения климата проследить нетрудно: последствия климатических изменений оказывают негативное воздействие на здоровье людей, продовольственную безопасность, миграцию. Среди 17 целей и 169 задач к охране окружающей среды непосредственно относится 7 целей:

- Цель 6. Обеспечение наличия и рационального использования водных ресурсов и санитарии для всех.
- Цель 7. Обеспечение всеобщего доступа к недорогим, надежным, устойчивым и современным источникам энергии для всех.
- Цель 11. Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и экологической

¹⁴ Саммит "Рио+20": будущее, которого хотят не все. URL: <http://ria.ru/nature/20120623/679787921.html>

¹⁵ Цели развития тысячелетия: доклад за 2015 год. URL: <http://www.un.org/ru/millenniumgoals/mdgreport2015.pdf>

¹⁶ Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН A/70/L.1. Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. URL: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N15/291/92/PDF/N1529192.pdf>

устойчивости городов и населенных пунктов.

- Цель 12. Обеспечение перехода к рациональным моделям потребления и производства.
- Цель 13. Принятие срочных мер по борьбе с изменением климата и его последствиями.
- Цель 14. Сохранение и рациональное использование океанов, морей и морских ресурсов в интересах устойчивого развития.
- Цель 15. Защита и восстановление экосистем суши и содействие их рациональному использованию, рациональное лесопользование, борьба с опустыниванием, прекращение и обращение вспять процесса деградации земель и прекращение процесса утраты биоразнообразия.

Однако все цели должны реализовываться в комплексе, поскольку тесно взаимосвязаны, и остальные 10 целей имеют не меньшее значение для устойчивого развития в сфере экологии. В резолюции подчеркивается роль глобальных партнерств и строгой отчетности как средств осуществления целей устойчивого развития, среди которых упомянуты также инновационная предпринимательская деятельность и рост международной торговли.

Сотрудничество государств в сфере изменения климата продолжилось на Конференции ООН по изменению климата в Париже. 12 декабря 2015 года 196 участников Рамочной конвенции ООН об изменении климата приняли *Парижское соглашение*¹⁷, которое было подписано 22 апреля 2016 года в Нью-Йорке¹⁸. Стороны соглашения обязались принять меры для удержания увеличения средней температуры на Земле на уровне ниже 2 градусов по Цельсию. Данное соглашение при условии активных действий на местах сделает значительный вклад в достижение ЦУР. В соответствии с заложенным в основу принципом общей, но дифференцированной ответственности, все государства должны принимать различные меры по выполнению обязательств с учетом национальных особенностей. Соглашение вступило в силу 4 ноября 2016 года после ратификации 55 государствами, выбросы которых составляют по меньшей мере 55% общемировых. На данный момент соглашение ратифицировано 135 из 197 подписантов¹⁹. Россия занимает

¹⁷ Парижское соглашение. URL:

http://unfccc.int/files/essential_background/convention/application/pdf/russian_paris_agreement.pdf

¹⁸ Официальный сайт ООН. Церемония подписания Парижского соглашения по климату. URL:

<http://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/about/climate-change/>

¹⁹ United Nations Framework Convention on Climate Change. The Paris Agreement. URL:

http://unfccc.int/paris_agreement/items/9485.php

третье место по выбросам парниковых газов среди участников соглашения и остается при этом единственной из 15 крупнейших по выбросам стран, которая до сих пор его не ратифицировала.

Таким образом, концепция устойчивого развития прошла долгий путь становления и на данный момент достигла своего глобального признания в качестве оптимального пути развития для человечества. Концепция исходит из убеждения, что нынешнее поколение должно удовлетворять собственные потребности без ущемления прав будущих поколений на удовлетворение их потребностей. Важное место в этом процессе достижения гармонии отводится заботе об окружающей среде. Несмотря на свое неоднозначное влияние на мировое развитие, явление глобализации способствовало ускорению международного сотрудничества по реализации концепции устойчивого развития.

1.2. Понятие и сущность корпоративной социальной ответственности в сфере защиты окружающей среды

Глобализация привела к усилению роли транснациональных корпораций (ТНК) в качестве нового актора международных отношений. Они ведут деятельность во многих государствах одновременно, имеют колоссальные обороты и оказывают влияние на жизнь граждан по всему миру. К сожалению, многие компании зарекомендовали себя безразличными к глобальным проблемам и стремящимися лишь к собственной выгоде. Однако концепция корпоративной социальной ответственности призвана изменить подобное отношение бизнеса к обществу и природе, сделать так, чтобы экономические цели компаний не мешали им приносить пользу.

Еще в глубоком прошлом существовала благотворительность, которую и можно считать одним из первых проявлений социальной ответственности. В давние времена она носила частный характер, поскольку преимущественно собственники принимали решения о пожертвованиях. Сейчас же все популярнее становится благотворительность, осуществляемая от лица организации. С расширением масштабов промышленной деятельности увеличивался и круг объектов социальной ответственности. С ростом активности рабочего движения в конце XIX века компании пошли на смягчение условий труда сотрудников, что послужило созданием одного из направлений КСО – ответственной трудовой и деловой практики. Однако как о масштабном общественном явлении о КСО заговорили лишь с середины XX века, когда концепция стала активно применяться в

экономически развитых странах, постепенно расширяя свое влияние и на развивающиеся государства²⁰.

Основы современного подхода к КСО были заложены американским экономистом Говардом Боуэном, в 1953 году опубликовавшим книгу «Социальная ответственность бизнесмена», где он выразил смысл социальной ответственности в обязанности бизнеса следовать направлениям деятельности, желательным со стороны общества²¹.

Само понятие корпоративной социальной ответственности возникло в середине XX века в США. В те годы в экономически развитых странах активизировались общественные и профсоюзные движения, потребители стали отказываться от товаров и услуг безответственных организаций, происходило ужесточение экологического и трудового законодательства. К тому же, развитые страны еще к концу 1960-х гг. поняли, что «теория роста», исходившая из предположения о неограниченности ресурсов и приоритета непрерывного экономического роста, разрушительно влияет на состояние окружающей среды. В соответствии с концепцией устойчивого развития, главными стали три задачи: достижение экономической эффективности, установление социальной справедливости и защита окружающей среды. Внедрение концепции устойчивого развития ведется по двум направлениям: взаимодействие с правительствами (помощь государствам в разработке национальных концепций) и работа с крупным бизнесом вследствие усиления роли ТНК. Бизнес, подталкиваемый гражданским обществом и развитыми государствами, постепенно приходит к пониманию необходимости гармоничного развития как залога экономической стабильности в будущем.

В 1996 году была создана сетевая структура CSR Europe²², которая занимается распространением принципов корпоративной социальной ответственности. Официальное оформление КСО в Европе произошло в 2001 году с публикацией Европейской комиссией документа о продвижении КСО в Европе «Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility»²³. Согласно этому документу, компании добровольно принимают на себя ответственность за создание лучшего общества и поддержание чистоты

²⁰ Асаул А. Н. Особенности трансформации экономики при переходе к постиндустриальному строю // Вестник гражданских инженеров. 2008. № 1. С. 71–74.

²¹ Савин Е.И. Корпоративная социальная ответственность в контексте реализации концепции устойчивого развития // Вопросы экономики и права. №36, 2011. С. 185-189.

²² The European Business Network for Corporate Social Responsibility — CSR Europe. URL: <http://www.csreurope.org/>

²³ Green Paper. Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. Commission of the European Communities. Brussels, 2001. URL: http://europa.eu/rapid/press-release_DOC-01-9_en.pdf

окружающей среды. Развитию КСО по всему миру способствовал Глобальный договор ООН, в котором были сформулированы десять принципов ответственного корпоративного поведения в области экологии, прав человека, трудовых отношений и противодействию коррупции. На данный момент деятельность ТНК по реализации этих принципов ведется по двум направлениям: поддержка национальных программ устойчивого развития и разработка собственных планов развития, призванных сократить зависимость финансовых успехов компании от ее разрушительного воздействия на окружающую среду.

Однозначного определения корпоративной социальной ответственности не существует, однако имеется множество вариантов. Российскими НКО под руководством НП «КСО – Русский Центр» было сформулировано следующее системное определение: «Социальная ответственность компании – это ее вклад в экономическую, экологическую и социальную деятельность, обеспечивающий и поддерживающий устойчивое развитие, как самой компании, так и региона(ов) ее присутствия и общества в целом»²⁴. При этом социальная ответственность разделяется на законодательно предусмотренную (минимальный набор признаков КСО) и добровольную (дополнительные обязательства). Обязательные признаки включают в себя:

- «производство качественных и безопасных для использования товаров и услуг;
- полную уплату всех видов налогов;
- выплату регулярной заработной платы своим работникам и внесение своего вклада в их социальное обеспечение;
- соблюдение требований антимонопольного законодательства;
- соблюдение законодательных норм в области охраны окружающей среды и требований государства к экологически чистому производству;
- обеспечение безопасности, здоровья и охраны труда своих работников, соблюдение норм трудового права;
- соблюдение прав человека, предоставляемых Конституцией Российской Федерации»²⁵.

Социально ответственная компания может брать на себя дополнительный набор обязательств, отвечающих интересам компании и общества, в сфере экономики, социальной политики и охраны окружающей среды. Среди таких добровольных действий в экологической сфере можно выделить внедрение ресурсосберегающих и безотходных

²⁴ Костин А.Е. Корпоративная ответственность и устойчивое развитие. М.: Институт устойчивого развития Общественной палаты Российской Федерации / Центр экологической политики России, 2013. С. 9.

²⁵ Там же.

технологий производства, сокращение вредных выбросов, рациональное землепользование и поддержку биологического разнообразия. У дополнительных мероприятий нет пределов, они полностью зависят от инициативы компании и демонстрируют моральную ответственность бизнеса за развитие общества.

В 2010 году был создан международный стандарт ISO 26000, который раскрывает понятие корпоративной социальной ответственности и дает возможность управления ею, устанавливая общие принципы деятельности для решения конкретных проблем. Согласно определению, данному в ISO 26000, «социальная ответственность — это ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое:

- содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;
- учитывает ожидания заинтересованных сторон;
- соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения;
- введено во всей организации»²⁶.

Следование стандарту помогает компаниям разработать стратегию КСО, повысить эффективность ее внедрения и минимизировать риски с опорой на международный опыт. В России в 2013 году вступил в действие рекомендательный ГОСТ Р 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности»²⁷, полностью основанный на этом международном стандарте. В нем четко описывается, что должна делать организация, чтобы быть социально ответственной. Это своеобразный «кодекс ответственного поведения» бизнеса в современном обществе.

Социальная ответственность оказывает влияние на методы работы руководства. Во многих крупных компаниях начали появляться вице-президенты или менеджеры по корпоративной социальной ответственности, которые выстраивают доверие к бренду и занимаются развитием человеческого потенциала. Х. Уекер-Меркадо и М. Уолкер²⁸ провели интервью с руководителями различных спортивных и общественных объектов, чтобы определить их мотивы и восприятие ценности экологической корпоративной

²⁶ ISO 26000:2010. Guidance on social responsibility.

URL: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>

²⁷ ГОСТ Р ИСО 26000-2012. Руководство по социальной ответственности.

URL: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-iso-26000-2012>

²⁸ *Uecker-Mercado H., Walker M.* The Value of Environmental Social Responsibility to Facility Managers:

Revealing the Perceptions and Motives for Adopting ESR // *Journal of Business Ethics*, Vol. 110, No. 3 (October 2012), pp. 269-284.

ответственности. Движущей силой для них стали влияние партнеров, организационная культура, финансовая выгода, повышение конкурентоспособности и этические мотивы.

Организационные механизмы управления КСО включают в себя разработку и внедрение стратегии КСО, разработку положений по отдельным направлениям (экология, финансы и др.), закрепление за одним из менеджеров ответственности за направление КСО и т.д.²⁹ Однако все это не приведет к успешной реализации концепции, если не добавить применение ценностнообразующих механизмов: интеграцию принципов КСО в корпоративную культуру, приверженность руководства компании принципам КСО, поощрение активных сотрудников, открытость и строгую отчетность. Идеи КСО должны быть интегрированы во все бизнес-процессы на системной основе. Важно, чтобы компании понимали, что КСО не ограничивается благотворительностью и не является дополнением к основной деятельности.

Следуя этим принципам, компании реализуют свою потребность в устойчивости и инвестируют в создание благоприятного социального окружения, тем самым быстрее достигая своих стратегических целей. А.Н. Асаул отмечает следующие положительные аспекты КСО, которые влияют на повышение эффективности организаций³⁰:

- улучшение репутации и увеличения нематериальных активов;
- выстраивание конструктивного диалога с заинтересованными сторонами;
- предоставление востребованных продуктов и услуг, внедрение инноваций;
- повышение лояльности сотрудников и привлечение талантливых специалистов;
- экономия ресурсов и сокращение отходов;
- привлечение иностранных инвестиций и выход на новые рынки.

Зарубежные исследователи К. Уолкер и Ф. Ван³¹, проанализировав деятельность более 100 канадских компаний, пришли к выводу, что успехи компании в сфере охраны окружающей среды и ее прибыль непосредственно связаны между собой. Согласно исследованию, экологичные действия компании содействуют снижению отходов и затрат производства и повышению эффективности, однако все это достижимо лишь при условии,

²⁹ Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса: учеб. пособие. М.: Внешэкономбанк, 2011.

³⁰ Асаул А.Н. Новая философия предпринимательства — корпоративная социальная ответственность // Корпоративное управление. №4, 2014. С. 30-37.

³¹ Walker K., Wan F. The Harm of Symbolic Actions and Green-Washing: Corporate Actions and Communications on Environmental Performance and Their Financial Implications Author // Journal of Business Ethics, Vol. 109, No. 2 (August 2012), pp. 227-242.

что действия носят реальный характер, а не отражены лишь на бумаге или в заявлениях представителей компании. Так, символические действия компании в области охраны окружающей среды (green talk) негативно сказываются на финансовом состоянии компании, так же как и разрыв между заявленными планами и реальными действиями (green washing).

Другие зарубежные ученые – Н. Рахман и К. Пост³² – полагают, что самыми сложными элементами в управлении КСО в сфере охраны окружающей среды являются ее внедрение и оценка. Систематизировать деятельность компании в сфере КСО и повысить качество корпоративного управления помогает добровольная отчетность. Она позволяет организации вести деятельность открыто и демонстрировать общественности свою приверженность принципам устойчивого развития. На сегодняшний день существует более 30 международных стандартов КСО. Алексей Костин, руководитель НП «КСО – Русский центр», предлагает разделить их на четыре группы в соответствии с целями их использования³³:

- Руководящие принципы и кодексы поведения (например, Глобальный договор ООН);
- Системы управления и схемы сертификации (эко-стандарты ИСО 9000 и 14001, схема экологического менеджмента и аудита EMAS и др.);
- Рейтинговые индексы (Индекс Доу Джонса по устойчивому развитию DJSI, этический индекс FTSE4Good и др.);
- Системы подготовки отчетности (Глобальная инициатива по представлению отчетности в области устойчивого развития GRI, процессный стандарт разработки отчетов AA1000S).

Внедрение отчетности стоит начинать с ее простейших форм – специального раздела годового отчета, социальных и экологических отчетов в свободной форме. Впоследствии в отчет о КСО или устойчивом развитии будет добавляться миссия, ценности и стратегические цели компании, положения ее социальной и экологической политики, результаты ее деятельности в соответствии со стандартами GRI или AA1000S.

Глобальная инициатива по отчетности в области устойчивого развития (Global Reporting Initiative, GRI) является наиболее часто используемым стандартом. Он построен

³² Rahman N., Post C. Measurement Issues in Environmental Corporate Social Responsibility (ECSR): Toward a Transparent, Reliable, and Construct Valid Instrument // Journal of Business Ethics, Vol. 105, No. 3 (February 2012), pp. 307-319.

³³ Костин А.Е. Корпоративная ответственность и устойчивое развитие. С. 41.

по принципу тройной отчетности (Triple Bottom Line): экономическая сфера удовлетворяет нужды заинтересованных лиц, социальная решает проблемы, связанные с благосостоянием общества в целом, экологическая имеет непосредственное отношение к защите окружающей среды. Стандарт включает 50 основных и 46 вспомогательных показателей результативности компании³⁴. Среди экологических показателей можно перечислить соблюдение норм безопасности и экологических норм, экологичное и высокотехнологичное производство, добровольное прохождение экологического аудита, продвижение экологически чистых товаров и услуг³⁵. Очевидно, что по-настоящему устойчивыми и ответственными компаниями на сегодняшний день считаются те, которым удалось снизить свое негативное воздействие на окружающую среду и при этом удержать темпы роста производства.

Вывод производства за пределы страны не снимает с компании выполнение требований по показателям устойчивого развития, несмотря на их модификацию³⁶. Ряд ученых провели исследование о зависимости выполнения экологических стандартов от удаленности филиалов компании и ее финансового состояния³⁷. Результаты анализа 135 ТНК, ведущих свою деятельность в США, Канаде, Мексике, Франции и Испании, показали, что значительная удаленность филиалов и штаб-квартиры снижает уровень стандартизации экологических практик. Однако высокоприбыльные организации все же устанавливают единые экологические стандарты для всех своих отделений и предпочитают не извлекать выгоду из стран со слабой нормативной защитой окружающей среды. В 2006 году подобное исследование проводил А. Гулдсон³⁸, так же пришедший к выводу, что ТНК не занижают экологические стандарты в более бедных странах, где располагаются их производства.

Среди финансовых институтов стало распространено ответственное инвестирование с учетом не только экономических факторов, но также социальных и экологических. С целью оценки успешности компании в области корпоративной социальной

³⁴ GRI Standards. URL: <https://www.globalreporting.org/standards/>

³⁵ Савин Е.И. Корпоративная социальная ответственность в контексте реализации концепции устойчивого развития // Вопросы экономики и права. №36, 2011. С. 185-189.

³⁶ Бурчакова М.А. Становление системы социальной корпоративной отчетности: международный опыт и Россия // Экономический анализ: теория и практика. 2009. № 8(137). С. 36-43.

³⁷ Aguilera-Caracuel J., Aragón-Correa J., Torres N., Rugman A. The Effects of Institutional Distance and Headquarters' Financial Performance on the Generation of Environmental Standards in Multinational Companies // Journal of Business Ethics, Vol. 105, No. 4 (February 2012), pp. 461-474.

³⁸ Gouldson A. Do Firms Adopt Lower Standards in Poorer Areas? Corporate Social Responsibility and Environmental Justice in the EU and the US // Area, Vol. 38, No. 4 (Dec., 2006), pp. 402-412.

ответственности и устойчивого развития в 1999 году был введен мировой фондовый индекс Доу-Джонса по устойчивому развитию (Dow Jones Sustainability Index, DJSI). Он рассчитывается по показателям в трех сферах (экономика компании, экологичность и социальная деятельность) путем заполнения компаниями специальных ежегодных опросников, которые затем проверяются уполномоченным аудитором. На 2016 год в рейтинг вошли 2500 компаний из 47 стран³⁹. Существует еще один комплекс добровольных обязательств, которые берут на себя кредитные учреждения. Это принятый в 2003 году крупнейшими мировыми банками свод стандартов под названием «Принципы экватора», которые отражают экологические и социальные аспекты при принятии решений о проектном финансировании⁴⁰.

Все больше компаний начинают расценивать развитие социальной сферы как способ ускорения экономического развития и успешного проведения производственной модернизации, а не как дополнительную нагрузку и бесполезные расходы. Если в обществе развито социальное партнерство, а в основе отношений между государством, работниками и работодателями лежат принципы солидарности и справедливости, то в нем наблюдается постоянное улучшение благосостояния граждан. Социально-ответственный бизнес инвестирует в человеческий потенциал — одно из важнейших достояний устойчивой и успешно развивающейся экономики, не забывая о состоянии окружающей среды.

1.3. Глобальный договор ООН как основа КСО на международном уровне

В 1999 году в Давосе на Всемирном экономическом форуме Кофи Аннан выдвинул идею создания Глобального договора — инициативы, которая оказала бы поддержку компаниям в разработке и внедрении принципов КСО в области охраны окружающей среды, прав человека, трудовых отношений и противодействия коррупции. С 2000 года к Глобальному договору присоединились более 9000 компаний и организаций из 164 стран, что позволило ему стать крупнейшей добровольной инициативой по КСО. Главная задача Глобального договора — демонстрация и гарантия социальной легитимности рынков и бизнеса. Присоединяясь к Глобальному договору, организация подтверждает свое согласие с тем, что согласование деятельности компании с универсальными принципами способствует большей устойчивости мирового рынка, а также способствует формированию

³⁹ DJSI 2016 Review Results. URL: <http://www.robecosam.com/images/review-presentation-2016.pdf>

⁴⁰ Степанова И.В. Роль международного бизнеса в решении глобальных экологических проблем // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2010. №3.

преуспевающего общества⁴¹.

Опорами мира и процветания являются торговля, инвестиции и бизнес. Тем не менее, предпринимательство нередко связано с негативными социальными явлениями, например, коррупцией, эксплуатацией, неравенством доходов среди различных слоев населения, различными препятствиями для инноваций и открытия собственного дела. Ответственный подход к ведению бизнеса приводит к увеличению доверия и социального капитала, что в результате дает устойчивое развитие рынка.

Глобальный договор уникален в нескольких аспектах. Во-первых, он нацелен на преодоление слабых сторон существующих международных конвенций в сфере КСО. Во-вторых, он не только предлагает отслеживание и публикацию прогресса компании в области КСО, но и предоставляет платформу для обучения. В-третьих, Глобальный договор можно считать крупнейшим и самым амбициозным институтом подобного рода, что подтверждается большим количеством участников Договора⁴². Результативность Глобального договора доказывается тем фактом, что 82% его участников связывают прогресс во внедрении КСО с участием в Договоре⁴³.

Согласно Глобальному договору, корпоративная устойчивость необходима современному бизнесу для успешной деятельности в долгосрочной перспективе и для обеспечения того, чтобы рынок приносил пользу обществу. Чтобы быть устойчивыми, компании должны действовать, опираясь на универсальные принципы, и развивать общество, в котором они функционируют. Руководство компании обязательно должно придерживаться принципов устойчивого развития и публиковать ежегодные отчеты. Как правило, компании решают присоединиться к Глобальному договору по трем причинам: чтобы увеличить доверие к компании, чтобы продвигать принципы устойчивого развития внутри компании и из-за универсальной природы его десяти принципов.

Основой для десяти принципов Глобального договора⁴⁴ послужили:

- Всеобщая декларация прав человека;

⁴¹ Global Compact Network Russia. О Глобальном договоре. URL: <http://www.globalcompact.ru/index/o-globalnom-dogovore.html>

⁴² Runhaar H., Lafferty H. Governing Corporate Social Responsibility: An Assessment of the Contribution of the UN Global Compact to CSR Strategies in the Telecommunications Industry // Journal of Business Ethics 84, no. 4 (February 1, 2009): 479–95.

⁴³ United Nations Global Compact: Guide to Corporate Sustainability. URL: https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN_Global_Compact_Guide_to_Corporate_Sustainability.pdf

⁴⁴ The Ten Principles of the UN Global Compact. URL: <https://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html>

- Декларация Международной организации труда об основополагающих принципах и правах на производстве;
- Рио-де-Жанейрская декларация по окружающей среде и развитию;
- Конвенция ООН против коррупции.

Три принципа (с седьмого по девятый) относятся к области окружающей среды.

Принцип 7. Деловые круги должны поддерживать превентивный подход к экологическим вопросам.

В соответствии с 7 принципом, недостаток научной определенности по экологическим вопросам не должен служить причиной отсрочки организации производства, направленной на смягчение ущерба окружающей среде. Намного более эффективно принимать превентивные меры против деградации окружающей среды, чем затем финансировать мероприятия по устранению последствий загрязнения. Кроме того, эффективное управление своим воздействием на окружающую среду помогает компаниям минимизировать риски, что сокращает штрафы или расходы на страхование.

Принцип 8. Деловые круги должны предпринимать инициативы, направленные на повышение ответственности за состояние окружающей среды.

Еще на Саммите Земли международное сообщество признало тот факт, что наша планета хрупкая и недолговечная, призвав бизнес изменить действующие практики и технологии, вредящие планете. После 1992 года начался процесс поощрения промышленности к созданию новых путей управления и инициатив, направленных на интеграцию экологических соображений в бизнес-планирование и процесс принятия решений. Экологически чистые и энергоэффективные процессы повышают производительность, что означает меньшие затраты на сырье и снижение стоимости продукции. К тому же, сотрудники и потребители обращают все больше внимания на социально ответственные компании. Чтобы удерживать лидерство на рынке, необходимо вести экологически ответственную деятельность.

Принцип 9. Деловые круги должны содействовать развитию и распространению экологически безопасных технологий.

Экологически чистые технологии призваны защитить окружающую среду путем сокращения загрязнения, эффективного использования ресурсов и переработки отходов производства.

Глобальный договор носит исключительно добровольный характер и преследует две цели:

1. Интегрировать десять принципов Глобального договора в предпринимательскую

деятельность по всему миру;

2. Послужить стимулом для принятия действий в поддержку более глобальных целей развития ООН, таких как Цели устойчивого развития.

Чтобы достигнуть этого, Глобальный договор стремится обеспечить участие компаний с помощью нескольких механизмов: обучения, политических диалогов, локальных сетей и партнерских проектов.

Чтобы помочь компаниям в применении трех основных экологических принципов, Офис Глобального договора ООН в сотрудничестве с университетом Дьюка (США) разработал Стратегию по охране окружающей среды⁴⁵. Эта стратегия создана, чтобы помочь компаниям выработать собственную. Она признает взаимосвязь между экологическими и социальными проблемами. Несмотря на то что Стратегия по защите окружающей среды направлена на помощь отдельным компаниям, она также помогает в решении общих экологических проблем.

В Стратегии отражены четыре универсальных подхода к охране окружающей среды в организациях:

- Внедрение принципов защиты окружающей среды во все аспекты организации;
- Баланс между краткосрочными и долгосрочными целями, поскольку они одинаково важны для охраны окружающей среды;
- Распространение наиболее успешных практик в бизнес-сообществах при сотрудничестве с большим количеством заинтересованных лиц;
- Применение лучших практик в различных областях своей деятельности.

Присоединение к Глобальному договору означает публичное заявление о приверженности компании десяти единым принципам данной инициативы. Если компания берет на себя такое обязательство, то она должна выполнить следующие действия:

1. Инициировать изменения в своей деятельности, в результате которых принципы Глобального договора станут неотъемлемой частью управленческой стратегии, ежедневных операций и корпоративной культуры;
2. Публиковать в годовом отчете или аналогичном документе информацию о том, каким образом компания поддерживает Глобальный договор и его принципы;
3. Публично поддерживать Глобальный договор и его принципы с помощью различных выступлений, пресс-релизов и т.д.

Помимо этого, компании имеют возможность по максимуму использовать выгодные

⁴⁵ Environmental Stewardship Strategy. URL:

https://www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/Environment/Environmental_Stewardship_Strategy.pdf

стороны своего участия в Глобальном договоре через сопричастность к политическому диалогу, деятельность на учебных форумах и глобальные партнерства.

Еще одной особенностью Глобального договора является тот факт, что приобщение к договору возлагает обязательства не только на компанию в целом, но и на ее руководство. Персональное участие высшего руководства представляет собой важное свидетельство того, что обязательства компании по поводу активной гражданской позиции — это действующий и стратегический приоритет. Следовательно, участие всей корпоративной вертикали значительным образом влияет на качество осуществления Глобального договора.

Вдобавок к основным экологическим принципам, Глобальный договор фокусируется на двух самых важных проблемах этого века: изменении климата и недостатке чистой воды. Поэтому участникам предлагается присоединиться к следующим платформам⁴⁶:

Забота о климате (Caring for Climate) — добровольная платформа для компаний, которые хотят продемонстрировать лидерство в сфере борьбы с изменением климата. Платформа демонстрирует, как преданные идеям бизнес-лидеры могут разрабатывать практические решения, формировать общественное мнение и отношение государства. Объединяет более 450 компаний из более чем 65 стран.

Водный мандат (CEO Water Mandate) — платформа, призванная помочь компаниям в разработке и осуществлении комплексной политики и ряда действий в отношении связанных с водой проблем в сотрудничестве с гражданским обществом, агентствами ООН, специализированными институтами и органами государственной власти⁴⁷. Платформа была запущена в июле 2007 года Генеральным секретарем ООН и содержит основы стратегического менеджмента в шести сферах⁴⁸: прямые операции, логистические цепочки, управление водоразделом, совместные действия, государственная политика, вовлеченность населения и прозрачность. На базе платформы также был запущен Water Action Hub, который предлагает возможность участия в специальных проектах всем компаниям регионального и локального масштаба.

Хаб бизнес-партнерства Глобального договора ООН (The UN Global Compact Business Partnership Hub) — интерактивная онлайн-платформа, созданная для того, чтобы помочь компаниям найти потенциальных партнеров для достижения целей ООН. На сайте

⁴⁶ Global Compact. What you can do. URL:

https://www.unglobalcompact.org/HowToParticipate/Engagement_Opportunities/index.html

⁴⁷ The CEO Water Mandate. Mission & Governance. URL: <http://ceowatermandate.org/what-we-do/mission-governance/>

⁴⁸ The CEO Water Mandate. An initiative by business leaders in partnership with the international community. URL: https://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/8.1/Ceo_water_mandate.pdf

можно найти новых партнеров для своих проектов, а также присоединиться к существующим проектам по борьбе с коррупцией и изменением климата, по проблемам энергетики, чистой воды и развитию социального предпринимательства.

Платформа зеленой индустрии (Green Industry Platform) – инициатива, разработанная Организацией Объединенных Наций по промышленному развитию в соответствии с Программой ООН по окружающей среде и при поддержке Глобального договора. Эта добровольная платформа, основанная на многостороннем сотрудничестве, которая направлена на действия в области распространения «зеленой» индустрии по всему миру. Green Industry Platform предоставляет основу для объединения лидеров государства, бизнеса и гражданского общества с целью обеспечения конкретных обязательств и мобилизации усилий в поддержку развития экологически чистых отраслей промышленности.

Перечисленные платформы помогают сотрудничеству различных компаний в достижении общих целей Глобального договора в сфере экологии и способствуют выработке новых идей по защите окружающей среды.

Таким образом, концепция устойчивого развития имеет ключевое значение для человечества, поскольку служит проводником в гармоничное будущее. Она формировалась долгие годы посредством множества международных переговоров и отражает точку зрения большей части населения планеты. Важную роль в достижении устойчивого развития играет корпоративная социальная ответственность, так как она служит экономическому росту, основанному на защите окружающей среды и социальном благополучии. Социально-ответственные компании не только способствуют достижению устойчивого развития планеты, но и собственному устойчивому развитию, улучшая свою репутацию среди всех заинтересованных сторон и увеличивая прибыль. Для внедрения концепции КСО в практическую деятельность компаний создаются международные и национальные стандарты, в соответствии с которыми компании могут отслеживать свою эффективность в этой сфере и открыто докладывать о своих результатах. По инициативе ООН также создан Глобальный договор, объединивший 10 принципов КСО и оказывающий компаниям поддержку по их внедрению.

ГЛАВА 2. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ (НА ПРИМЕРЕ UNILEVER, P&G, IKEA, H&M)

На сегодняшний день транснациональные корпорации оказывают огромное влияние на развитие мира и уже давно воспринимаются как весомые акторы международных отношений. Многие компании вступают в партнерства с государственными организациями и друг с другом для достижения Целей устойчивого развития. В данной главе рассмотрены примеры четырех компаний, которые оказывают значительное влияние на развитие целых индустрий. Компании Unilever, Procter&Gamble, IKEA и H&M были выбраны в том числе и потому, что производят и распространяют продукцию ежедневного пользования миллиардов людей на планете: пищевые продукты, товары для дома, одежду, мебель, косметику. Именно с этих товаров начинается устойчивый образ жизни граждан, и компании-производители таким образом могут помочь своим клиентам стать ответственным в своей заботе о природе и собственном здоровье.

Информация о деятельности компаний почерпнута из ежегодных отчетов, которые они публикуют на своих официальных сайтах. Все отчеты выполнены в соответствии со стандартами Глобальной инициативы по отчетности в области устойчивого развития (GRI) и имеют схожую структуру: основная информация о компании и масштабе ее деятельности, цели компании в сфере устойчивого развития и объяснение важности выполнения этих целей, достижения по различным аспектам Глобальной инициативы по отчетности, система работы по реализации КСО, а также различные награды и места компании в рейтингах по устойчивому развитию. Данные документы служат основным источником информации о деятельности компаний в сфере окружающей среды. Проанализировав необходимую статистику и ключевые показатели, можно определить наиболее успешные практики и дать рекомендации по совершенствованию российских организаций, занимающихся производством потребительских товаров и розничной торговлей.

2.1. Экологическая ответственность компании Unilever

Согласно отчету компании **Unilever**⁴⁹, продукцией компании каждый день пользуется около 2 млрд человек в 190 странах. Цель компании – сделать устойчивый образ жизни общепринятым явлением с помощью брендов и услуг, которые помогают людям

⁴⁹ Unilever Sustainable Living Plan: Summary of progress 2015. URL: https://www.unilever.com/Images/uslp-mobilising-collective-action-summary-of-progress-2015_tcm244-424809_en.pdf

чувствовать себя хорошо, отлично выглядеть и получать удовольствие от жизни. Видение компании – рост бизнеса с одновременным сокращением негативного влияния на окружающую среду и внесением позитивного социального вклада. Для реализации этого видения в 2010 году компанией был создан План по устойчивому образу жизни, который распространяется на все бренды компании и все страны, в которых компания ведет свою деятельность. План включает в себя три главных цели:

- 1) Улучшить здоровье и благополучие более чем 1 млрд человек;
- 2) Наполовину сократить влияние на окружающую среду;
- 3) Усовершенствовать средства к существованию миллионов людей.

Чтобы лучше оценить, каким образом устойчивое развитие влияет на успешность бизнеса, компания разработала модель из четырех составляющих: больше роста и доверия, меньше рисков и затрат. Потребители с интересом относятся к устойчивой продукции, что повышает продажи и узнаваемость бренда – в 2015 году более 50% роста компании пришлось на бренды устойчивого образа жизни. Сокращая количество отходов, потребления энергии и природных ресурсов, компания становится менее зависимой от изменения цен на них. С 2008 года компания смогла сэкономить более 600 млн евро за счет экологически эффективного производства. Устойчивый подход к ведению бизнеса сокращает риски компании в различных сферах, особенно относительно поставок: к 2015 году 60% сельскохозяйственных материалов были получены из ответственных источников. Устойчивость находится в самом центре бизнес-модели компании, что укрепляет ее отношения с заинтересованными сторонами, укрепляя доверие со стороны потребителей и вдохновляя сотрудников.

Стремясь остановить изменение климата, в 2015 году компания поставила новую цель – к 2030 году получать 100% потребляемой энергии из возобновляемых источников, при этом производить ее больше, чем необходимо компании, чтобы предоставлять остаток жителям тех регионов, в которых она функционирует. Поставив такую цель, компания стремится сократить операционные расходы и стать более независимой в сфере энергетики. К маю 2015 года компании удалось сократить выбросы углекислого газа на 1 млн тонн с 2008 года, сэкономив таким образом около 330 млн евро.

Компания стремится приобретать ресурсы лишь у ответственных поставщиков: 100% чая Lipton было выращено устойчивым образом, как и 92% овощей и трав для приправ Knorr. Чтобы этого достичь, компания инвестировала 1 млн евро в образование и поддержку тысяч фермеров.

61% экологического следа Unilever оставляют потребители ее продукции. С 2010 по

2015 год компании удалось сократить потребление воды с использованием ее продукции на 1%, а количество отходов – на 29%. Однако выбросы углекислого газа, связанные с жизненным циклом продукции, все же увеличились на 6%. При этом компания продолжает искать новые пути по сокращению своего экологического следа. Например, сократив на 90% содержание фосфатов в своих порошках и тем самым уменьшив на 50% выбросы углекислого газа во время стирки. Другим примером является изменение дизайна упаковки для шампуней Sunsilk, что позволило сэкономить более 2300 тонн пластика и уменьшить количество грузовых автомобилей на дорогах.

Помимо этого, все подразделения компании постепенно переходят к безотходному производству, что с 2008 года уже помогло сэкономить около 250 млн евро и создать сотни новых рабочих мест.

Unilever выражают свою приверженность Целям устойчивого развития и уверенность в том, что их достижение требует совместных действий и новых типов партнерства. Генеральный директор Unilever Пол Полман и бывший Первый заместитель Генерального секретаря ООН Марк Маллок Браун уверены, что бизнес может стать одним из главных двигателей успеха в достижении ЦУР. По этой причине они создали Бизнес-комиссию устойчивого развития, объединяющую лидеров бизнеса, финансовых институтов и гражданского общества со всего мира. Подписание Парижского соглашения в 2015 году вызвало масштабное движение частного сектора в поддержку амбициозных целей и усилило взаимодействие бизнеса с правительством и гражданским обществом.

Unilever определила три главных мировых проблемы, в решение которых она способна сделать наибольший вклад:

- Обезлесивание (Цель 15 Сохранение экосистем на суше);
- Устойчивое сельское хозяйство (Цель 2 Ликвидация голода);
- Доступ к воде, санитария и гигиена (Цель 6 Чистая вода и санитария).

Рассмотрим действия компании по борьбе с исчезновением лесов, поскольку оно имеет прямое отношение к защите окружающей среды. В Парижском соглашении за лесами была признана ключевая роль в борьбе с изменением климата. Одной из причин исчезновения лесов является производство четырех продуктов: пальмового масла, сои, бумаги и говядины. Unilever сосредоточила свои усилия на проблеме поставок пальмового масла, поскольку оно входит в состав многих видов ее продукции и является одной из главных причин выжигания тропических лесов. Чтобы решить эту проблему, компания поставила перед собой три задачи:

- 1) Преобразование сети поставок. Задача включает в себя содействие

устойчивым практикам производства пальмного масла, прозрачности сети поставок и доступности сертифицированного пальмового масла. С каждым годом повышая процент использования сертифицированного масла, Unilever должна на 100% перейти к его использованию к 2019 году. Все поставщики обязаны вести отчетность в соответствии с Политикой устойчивых источников. Также компания сотрудничает с Институтом мировых ресурсов (WRI), Proforest и Daemeter, внедряя систему верификации рисков на платформе Global Forest Watch. Это система онлайн-отслеживания лесов с помощью спутниковых технологий, которая помогает принимать более взвешенные решения о поставках.

2) Высокие стандарты. Необходимым шагом для крупномасштабных изменений является выработка общих стандартов для ключевых продуктов. Такой шаг был сделан Круглым столом по проблемам устойчивого производства пальмового масла (RSPO), дальнейшее развитие которого поддерживается компанией.

3) Сотрудничество с другими компаниями. Unilever вдохновляет своих коллег по производству потребительских товаров решать проблему исчезновения лесов. Для этого компания участвует в различных международных инициативах: Форуме потребительских товаров, Альянсе Тропических лесов и Нью-Йоркской декларации о лесах. Совместно с другими организациями Unilever взяла на себя обязательство остановить обезлесивание, связанное с производством четырех ключевых сырьевых товаров, не позднее 2020 года.

Таким образом, компания успешно работает над реализацией своего Плана и продолжает публиковать актуальные данные в специальном разделе своего сайта, посвященному устойчивому развитию⁵⁰.

2.2. Экологическая ответственность компании P&G

Начиная с 1999 года, компания **Procter&Gamble** ежегодно публикует отчеты об устойчивом развитии, в которых делится своими успехами в сфере экологии. В 2016 году отчетность была расширена за счет включения глав о равноправии полов, культурном разнообразии, этике и корпоративной ответственности. В связи с этим отчет получил название Citizenship Report⁵¹.

Дэвид Тэйлор, председатель правления и президент компании, считает, что такие компании, как P&G, имеют огромное влияние на мир: «Мы можем улучшить все, с чем мы соприкасаемся. Вместе с нашими партнерами мы можем приносить позитивные

⁵⁰ Unilever Sustainable Living. URL: <https://www.unilever.com/sustainable-living/>

⁵¹ P&G 2016 Citizenship Report. URL: http://cdn.pgcom.pgsitecore.com/en-us/-/media/PGCOMUS/Documents/PDF/Sustainability_PDF/sustainability_reports/PG2016CitizenshipReport.pdf

изменения. Они происходят, когда мы с помощью наших продуктов улучшаем жизни людей, когда мы заключаем честные сделки, создаем рабочие места и способствуем экономическому росту, когда используем свое влияние, чтобы поднять важные темы, когда жертвуем время и ресурсы для позитивного вклада в общество, в котором мы живем и работаем, и когда мы делаем нашу продукцию и деятельность экологичнее»⁵².

В каждой стране P&G стремится во всем быть лучше своих конкурентов и создавать большую ценность для своих клиентов. 105 тысяч сотрудников компании трудятся в 70 странах мира, продукция P&G реализуется более чем в 180 странах, чистый объем продаж за 2016 финансовый год составил 65 млрд долларов, а чистая прибыль – 10,6 млрд. Ежегодные продажи половины из 65 брендов компании составляют более 500 млн долларов.

Компания Procter&Gamble была основана в 1837 году свечником и мыловаром, которые были уверены, что товары ежедневного пользования должны быть высокого качества, а единственный способ построить бизнес, который будет существовать многие годы – это быть честными и справедливыми. Убеждения основателей на текущем этапе существования компании преобразовались в три простые идеи: лидерство, инновации и этичное гражданское поведение.

Заботу об окружающей среде компания считает зоной своей ответственности и в то же время возможностью для роста. Цель компании заключается в создании брендов, которые помогут людям делать правильный выбор, основанный на концепции устойчивого развития. Долгосрочное видение компании в сфере экологии включает в себя 100% обеспечение заводов возобновляемой энергией, использование 100% переработанных или возобновляемых материалов для продукции и упаковки, приятный дизайн, который позволяет как можно дольше сохранять ресурсы, а также полное отсутствие производственных и потребительских отходов, идущих на свалки.

Чтобы оценить свой прогресс в достижении долгосрочных целей, компания поставила краткосрочные цели до 2020 года. За точку отчета были взяты показатели 2010 года. Компании уже удалось достигнуть следующие цели:

- Уменьшить потребление электроэнергии на 20%. Цель была достигнута на 4 года раньше и привела к экономии 500 млн долларов.
- Сократить грузовые перевозки на 25%.
- Использовать 100% сертифицированное древесное волокно. Эта цель является составляющей борьбы с обезлесиванием. Осенью 2016 года Лесной попечительский совет (FSC) наградил P&G за лидерство в установлении партнерств и коллективные

⁵² P&G 2016 Citizenship Report. P. 3.

усилия по защите лесов.

- Осуществить обязательства по получению пальмового масла: отслеживаемая сеть поставок, использование 100% сертифицированного пальмового масла, сотрудничество с поставщиками, НКО, учеными и другими заинтересованными сторонами для продвижения устойчивых практик производства пальмового масла.
- Сократить потребление воды на производстве на 24%. Особое внимание уделяется регионам с дефицитом водных ресурсов.

Однако остаются еще множество целей, которые компании необходимо достигнуть к 2020 году и над которыми она работает на данный момент:

- Сократить выбросы парниковых газов на 30% (текущий прогресс - 10%). Эта цель была поставлена компанией в 2015 году после совместного исследования с Всемирным фондом дикой природы (WWF). Таким образом компания собирается сделать свой вклад в предотвращение повышения среднемировой температуры. Чтобы сократить выбросы парниковых газов, компания стремится на 20% сократить потребление электроэнергии при производстве, а также постепенно переходить к возобновляемым источникам энергии.
- На 30% снабжать заводы электроэнергией из возобновляемых источников (текущий прогресс - 9,6%). Способствовать дальнейшему росту использования возобновляемой энергии призваны два проекта: электростанция на биомассе в Грузии мощностью 50 МВт, разрабатываемая совместно с Constellation Energy, и ветряная ферма мощностью 100 МВт, которая обеспечит электроэнергией все заводы компании в США и Канаде, строительством которой занимается EDF Renewable Energy.
- Увеличить количество быстрых стирок при низкой температуре до 70% (их количество уже повысилось с 38% до 61%). С 2010 года в Северной Америке и Европе выбросы парниковых газов от стирок уменьшились на 43%, что составляет около 20 млн тонн углекислого газа в год.
- Полностью перейти к безотходному производству. 55% заводов компании уже перешли к нему по сравнению с 10% в 2011 году. Помимо заводов, производящих 95% отходов, к безотходному функционированию переходят также все технические и офисные здания компании.
- Изготавливать 100% упаковки из переработанных или сертифицированных материалов. На данный момент цель достигнута на 98%.
- На 20% уменьшить использование упаковки потребителями (текущий прогресс -

12,5%).

- Сделать так, чтобы 90% упаковки можно было переработать (на данный момент 86%). Упаковка считается перерабатываемой, если существует система для ее повторного использования, которая включает в себя сбор материала, его сортировку, переработку во вторичный материал и рынок его последующего сбыта. P&G тесно сотрудничает с инвестиционным фондом Closed Loop Fund (CLF), который оказывает поддержку программам по переработке мусора. На данный момент фонд уже выделил около 30 млн долларов на новые разработки и к 2020 году планирует инвестировать в подобные проекты еще 100 млн долларов.
- Удвоить использование переработанной смолы в изготовлении пластиковой упаковки (с 2010 года увеличилось на 30%).
- Обеспечить одному миллиарду людей доступ к водосберегающей продукции (текущий прогресс - 450 миллионов человек).

Таким образом, компания Procter&Gamble достигла значительных успехов в сфере экологической ответственности, сокращая количество потребляемых ресурсов и свое влияние на окружающую среду. Усилия компании отмечены в международных рейтингах по устойчивому развитию (Индексом устойчивого развития Доу Джонса, Индексом FTSE4Good), а также журналом «Корпоративная ответственность», который включил P&G в список ста лучших социально-ответственных компаний.

2.3. Экологическая ответственность компании IKEA

Компания **ИКЕА** была основана в Швеции 70 лет назад, все эти годы она старалась приносить пользу обществу и оставаться верной своим ценностям. В своих ежегодных отчетах об устойчивом развитии⁵³, компания рассказывает о том, какой вклад она делает в решение глобальных проблем.

На 2016 год магазины ИКЕА можно было найти в 28 странах, общая численность сотрудников составила 163 тысячи человек, общие продажи - 34,2 млрд евро, а чистая прибыль – 4,2 млрд евро. При таких огромных масштабах Генеральный директор ИКЕА Group Петер Агнефельд все же не забывает о необходимости устойчивого развития и даже считает его одним из ключевых залогов успеха компании: «Устойчивое развитие для нас – это не только устойчивые операции, это еще и огромные возможности для бизнеса. У нас был отличный год с ростом продаж по всем каналам и стабильными финансовыми

⁵³ IKEA Group Sustainability Report FY16. URL:

http://www.ikea.com/ms/ru_RU/pdf/sustainability_report/IKEA_Group_Sustainability_Report_2016.pdf

результатами. За этот год мы также продвинулись в достижении корпоративной устойчивости. И это не совпадение, ведь устойчивое развитие составляет важную часть нашей стратегии и просто необходимо для успехов в бизнесе»⁵⁴.

В основе долгосрочной стратегии развития компании лежит ее видение – улучшать жизни людей каждый день. Концепция Growing IKEA Together 2020+ строится на четырех принципах, один из которых – устойчивое развитие. Устойчивость для компании означает «быть дружелюбной к людям и планете и всегда действовать ответственно». IKEA стремится оказывать позитивное влияние на общество, достигнуть ресурсной и энергетической независимости, а также помогать своим клиентам вести более устойчивый и здоровый образ жизни.

Компания поддерживает Цели устойчивого развития и отталкивается от них при разработке собственной повестки дня. Стратегия компании в области устойчивого развития основана на семи ЦУР, в реализацию которых компания способна внести наибольший вклад:

- Цель 5. Гендерное равенство.
- Цель 7. Недорогостоящая и чистая энергия.
- Цель 8. Достойная работа и экономический рост.
- Цель 10. Сокращение неравенства.
- Цель 12. Ответственное потребление и производство.
- Цель 13. Борьба с изменением климата.
- Цель 15. Сохранение экосистем суши.

IKEA активно поддерживает Парижское соглашение, подписанное в декабре 2015 года. Еще перед началом Конференции по изменению климата IKEA способствовала созданию объединения We Mean Business, которое призывает к борьбе с изменением климата, а также группы компаний RE100, которые взяли на себя обязательства по стопроцентному переходу к возобновляемой энергии. Представители IKEA посетили конференцию в Париже и устроили шоу на Елисейских полях: ветрогенератор, 440 солнечных панелей и 25 мускульных генераторов питали электроэнергией 800 тысяч LED-огоньков, осветивших целую улицу. Тысячи людей крутили колеса велосипедных педалейных генераторов, чтобы подпитывать огоньки энергией. На сайте компании посетители смогли узнать о маленьких шагах, которые они могут сделать, чтобы остановить глобальное изменение климата.

⁵⁴ IKEA Group Sustainability Report FY16. P. 6.

Чтобы остановить повышение общемировой температуры, необходимо сократить выбросы углекислого газа, пятая часть которых в Европе приходится на наземный транспорт. В 2016 году IKEA совместно с Philips и Nestle призвали ЕС принять новые законы относительно сокращения выбросов от грузового транспорта в течение ближайших двух лет. Помимо этого, компания совместно с Агентством по защите окружающей среды США высказалась за ужесточение стандартов по выбросам от транспортных средств.

IKEA – крупнейшая мебельная компания в мире, и она может сделать огромный вклад в борьбу с изменением климата. Начиная с 2009 года, компания инвестировала 1,5 млрд евро в ветряные и солнечные электростанции, а в июне 2015 обязалась инвестировать еще миллиард: 600 млн евро в возобновляемые источники энергии и 400 млн на поддержку сообществ, страдающих от изменения климата.

Помимо прямых инвестиций, у компании также есть возможность способствовать переходу своих клиентов к устойчивому образу жизни. Продукция IKEA помогает экономить и производить энергию, разумно расходовать воду, сокращать количество отходов и вести более здоровый образ жизни. В 2016 году продажи продукции, способствующей устойчивому образу жизни, выросли до 1,802 млн евро по сравнению с 641 млн евро в 2013 году.

Одной из целей компании является экономия и чистое производство электроэнергии. По словам директора по устойчивому развитию IKEA Стива Ховарда, «энергия будущего будет производиться домами, а не огромными ТЭЦ, работающими на угле»⁵⁵. На крышах зданий компании установлено более 730 тысяч солнечных панелей, и она вдохновляет своих клиентов делать то же самое. Совместно с бизнес-партнерами по солнечной энергетике компания предлагает полный пакет услуг: от расчетов до установки и обслуживания солнечных панелей. Благодаря такой помощи, пользователям удастся сократить свои счета за электричество до 50%. Компания также разрабатывает энергосберегающую технику (плиты, стиральные и посудомоечные машины, холодильники и т.д.) и внедряет экономичное светодиодное освещение. В 2015 году компания заменила лампы во всех своих зданиях на светодиодные, которые тратят на 85% меньше электроэнергии и могут служить до 20 лет. К 2020 году компания планирует реализовать по крайней мере 500 млн светодиодных ламп. Экономия электричества от замены такого количества ламп составит годовое потребление электричества в Париже и Лондоне вместе взятых. Также IKEA вместо одноразовых литиевых батареек разработала повторно заряжаемые, которые помогают сократить расходы отдельно взятого человека примерно на 75 евро в год, а также

⁵⁵ IKEA Group Sustainability Report FY16. P. 16.

предотвратить выбрасывание около 100 батареек ежегодно.

Чтобы сократить количество отходов, компания стремится производить долговечные вещи, а также принимает ненужную мебель обратно, чтобы затем передать нуждающимся. Глобальной проблемой является и количество пищевых отходов: около трети всей производимой в мире еды выбрасывается. IKEA помогает разобраться, как правильно хранить продукты и сортировать отходы. За 2016 год 771 сотрудник и 221 клиент из 9 стран приняли участие в проекте «Более устойчивый образ жизни дома», которой помог сократить потребление энергии, воды и количество отходов. С 2014 года в проекте приняло участие около 3300 человек из 22 стран. Они пробовали использовать новую продукцию IKEA дома, а затем рассказывали о своем опыте в социальных сетях, блогах и на презентациях перед другими сотрудниками. В мероприятия об устойчивом образе жизни активно вовлекаются и участники программы лояльности IKEA Family, членами которой являются более 100 миллионов человек в 28 странах.

Поскольку потребности населения растут, а количество ресурсов на планете уменьшается, IKEA поддерживает необходимость перехода к круговой экономике. Со своей стороны компания уделяет особое внимание трем сферам:

1. Товары и услуги. Товары должны быть долговечными, эффективно использовать ресурсы, быть изготовленными из переработанных, перерабатываемых или возобновляемых источников, их должно быть легко использовать, чинить, собирать, разбирать и перерабатывать.
2. Помещения и транспорт. Компания стремится производить и распространять свои товары наиболее эффективным способом: переходить к безотходному производству, неизбежные отходы превращать в ресурсы, производить собственную энергию из возобновляемых источников и эффективно ее использовать.
3. Встречи с клиентами. Компания хочет поддерживать клиентов и видеться с ними чаще, чтобы чинить поломанные вещи, сдавать в аренду товары и принимать обратно ненужную продукцию для ее переработки или передачи нуждающимся.

Важной составляющей устойчивого развития являются ответственные поставки материалов. К августу 2020 года компания планирует приобретать 100% древесины, бумаги и картона из устойчивых источников. На 2016 год эта цель была достигнута на 61%, причем 57% древесины было сертифицировано Лесным попечительским советом (FSC), международной организацией, которая отслеживает ответственное использование мировых запасов леса. В 2016 году IKEA совместно с Всемирным фондом дикой природы способствовали сертификации 1,8 млн гектаров леса. В 2014 году IKEA, Tetrapak и

Kingfisher создали Инициативу по анализу ценности и влияния, чтобы разработать методы оценки позитивного вклада FSC-сертификации и передавать опыт другим организациям. Небольшим фермерским хозяйствам, которые являются важными поставщиками древесины, зачастую слишком дорого и сложно проходить сертификацию, поэтому IKEA сотрудничает с ФАО (Производственной и сельскохозяйственной организацией ООН), чтобы обеспечить доступ малого бизнеса к глобальным цепям поставок. Помимо этого, компания делает ставку на бамбук: более 90% этого материала было получено из сертифицированных источников в Китае, сейчас компания ведет работу по продвижению бамбуковой отрасли в Индии и Вьетнаме. IKEA также инвестирует в лесные хозяйства: в ее распоряжении находятся 46700 га леса в Румынии и 4000 га в Словакии.

За 2016 год компания использовала около 130 тысяч тонн хлопка, что составило 1% его мирового производства, при этом 100% этого объема составил ответственно выращенный хлопок. IKEA является одним из основателей Инициативы за лучший хлопок (BCI): 82,2% используемого компанией хлопка соответствует международным стандартам, оставшиеся 17,8% изготовлены из переработанного хлопка. Компания сотрудничает с правительствами, глобальными и локальными организациями, чтобы сократить экологический след от выращивания хлопка и повысить уровень жизни фермеров. Например, в Индии, благодаря сотрудничеству IKEA, Всемирного фонда дикой природы и государственной компании Gujarat Green Revolution Company, более четырех тысяч фермеров прошли обучение по принципам устойчивого производства хлопка.

По сравнению с остальными материалами, компания использует достаточно мало пальмового масла – около 41,5 тонны за 2015 год. При этом 100% пальмового масла для свечей и около 50% пальмового масла для приготовления пищевой продукции поставляются из устойчивых источников либо были заменены альтернативными ингредиентами. Компания поддерживает RSPO-сертификацию, а также сотрудничает с Программой развития ООН, правительством Индонезии и различными международными компаниями в сфере создания Инициативы за устойчивое производство пальмового масла (SPO).

IKEA участвует в защите прав животных. В процессе выполнения цели по прозрачности изготовления кожи и решению социальных вопросов на скотобойнях, а в 2016 году компания впервые на 100% перешла к производству кожи без использования токсичного хрома.

В сфере производства пищевой продукции компания сотрудничает с местными поставщиками и продвигает здоровое питание. Все морепродукты, которая использует компания, сертифицированы Международным советом по надзору за качеством продукции

аквакультуры (ASC) и Морским попечительским советом (MSC).

ИКЕА стремится сделать все свои операции устойчивыми. За последние 6 лет компании удалось на 49% сократить выбросы углекислого газа, 71% потребления электроэнергии приходится на возобновляемые источники. Благодаря оптимальной упаковке товаров, удалось сократить количество перевозок и выбросы углекислого газа на 29% по сравнению с 2011 годом. Поскольку почти все магазины ИКЕА находятся не в центре города, компания заботится о доступности общественного транспорта, а также устанавливает станции зарядки для электрического транспорта. Компания переходит к безотходному производству: из 560 тонн отходов, которые произвела компания за 2016 год, 88,7% были переработаны или преобразованы в электроэнергию.

Существует также IKEA Foundation – благотворительное ответвление компании, которое нацелено на спонсирование долгосрочных программ развития в беднейших странах мира, чтобы обеспечить детям из малообеспеченных семей лучшее будущее. В 2016 году на проекты в сфере борьбы с изменением климата были выделены гранты общей суммой 140 млн евро и до 2020 года запланированы еще 400 млн евро.

Исполнение стратегии ИКЕА отслеживается директором по устойчивому развитию. Он возглавляет группу менеджеров по устойчивому развитию из разных областей бизнеса, которые принимают стратегические решения, оценивают достижение целей и раз в три месяца отчитываются перед Советом директоров.

2.4. Экологическая ответственность компании H&M

Шведская компания H&M каждый год наращивает производство и продажи одежды, косметики и товаров для дома. При этом внедрение устойчивых практик лишь помогает компании достигать лучших результатов, а не тормозит ее развитие, о чем свидетельствуют данные ежегодного отчета об устойчивом развитии компании⁵⁶. Так, за 2015 год H&M удалось на 56% снизить выбросы углекислого газа в атмосферу во многом за счет перехода на возобновляемые источники энергии (78% в 2015 по сравнению с 27% в 2014), при этом рост продаж составил стабильные 11% за год.

К 2020 году компания стремится на 100% перейти к использованию хлопка из ответственных источников, на данный момент эта цель достигнута на 31,4% по сравнению с 7,6% в 2011. В целом, доля материалов из устойчивых источников на 2015 год

⁵⁶ H&M Conscious Actions Sustainability Report 2015. URL:

http://sustainability.hm.com/content/dam/hm/about/documents/en/CSR/2015%20Sustainability%20report/HM_SustainabilityReport_2015_final_FullReport_en.pdf

составила 20%. H&M считается одним из крупнейших в мире пользователей переработанного полиэстера и органического хлопка.

Компания развивает широкую сеть партнерств с целью устойчивого развития. Так, для выстраивания круговой бизнес-модели были установлены тесные отношения с Ellen MacArthur Foundation. H&M подписали соглашение с глобальным профсоюзом IndustriALL и шведским союзом IF Metall, чтобы продвигать устойчивые производственные отношения и коллективные сделки в глобальных сетях поставок. Экологическое воздействие деним-продукции компании оценивается организацией Jeanologia.

В H&M уверены, что возможно создавать одежду, которая не только хорошо выглядит, но и приносит пользу планете. Для этого необходимо принимать осознанные решения на всех этапах жизненного цикла продукции: от поставок хлопка до утилизации устаревших вещей. Помимо продажи вещей, совмещающих в себе красоту, качество, комфорт и их устойчивое производство, компания старается поощрять своих клиентов стирать в холодной воде и упростить переработку ненужной одежды. Поскольку 26% влияния одежды на изменение климата составляют стирка и сушка, H&M распространяет знания по уходу за одеждой, чтобы она служила долго и оказывала меньшее влияние на климат и водный баланс.

Для производства искусственной целлюлозной ткани, например, вискозы, требуется бумажная масса. Для этого ежегодно вырубается около 120 млн деревьев, а в связи ростом производства вискозы эта цифра к 2025 году может увеличиться в два раза. Эти деревья порой вырубаются с территорий древних лесов или лесов, находящихся в опасности, или являющихся средой обитания вымирающих видов. Поэтому в партнерстве с некоммерческой организацией Сапору компания отслеживает, чтобы ее ткани были произведены из деревьев, сертифицированных Лесным попечительским советом (FSC).

Важную роль в работе H&M занимает забота о животных. Уже многие годы компания не использует натуральный мех, экзотическую кожу, а также любые материалы от животных, находящихся в опасности, с 2013 года этот список дополнила и шерсть ангоры. Компания не проводит тесты своей косметической продукции на животных, а для всех материалов животного происхождения, включая шерсть, кожу и пух, действуют строгие требования. H&M стремится устанавливать высокие стандарты не только для себя, но и для всей индустрии, объединив для этого силы с такими международными организациями как Humane Society International и Textile Exchange. Совместно с организациями, входящими в Коалицию производителей экологичной одежды (SAC), H&M разрабатывает систему измерения устойчивости производства одежды и обуви, Higg Index, которая окажет влияние

на всю индустрию моды.

Одним из важных факторов КСО для H&M является работа с ответственными партнерами. Производство одежды для многих развивающихся стран является способом выхода из бедности, в этой сфере создаются миллионы рабочих мест, в том числе и для женщин, которые зачастую выступают кормилицами семей. Крупнейшими изготовителями одежды на данный момент являются Китай, Бангладеш, Индия, Камбоджа и Турция, они же выступают и ключевыми рынками поставок для компании H&M. Компания не владеет собственными заводами, а сотрудничает с 820 независимыми поставщиками на долгосрочной основе. Продукция изготавливается на 1900 заводах, которые служат рабочим местом 1,6 миллионов людей, 60% из которых – женщины.

Компания выстраивает долгосрочные партнерства и вкладывает огромные средства в развитие устойчивых практик со стороны своих поставщиков, от которых ожидает соблюдение высоких стандартов в отношении качества, цены, срока службы и устойчивости. Помимо стандартных аудитов, H&M стремится отслеживать, в каких условиях производится ее продукция, а также продвигать устойчивые практики и вознаграждать поставщиков за отличные результаты. Еще с 1997 года, чтобы вступить в бизнес-отношения с H&M, компании было необходимо принять определенный Кодекс поведения, покрывающий юридические, социальные и экологические вопросы. Чтобы отслеживать соответствие деятельности поставщиков Кодексу поведения, в 2005 году была имплементирована Программа полного аудита, дополненная в 2006 году показателем ICOS, определяющим успехи поставщиков в достижении устойчивого развития. В 2015-2016 система была усовершенствована: вместо Кодекса поведения были введены Обязательства в области устойчивого развития, успешность выполнения которых стала оцениваться Индексом устойчивости, Программу полного аудита заменила Программа партнерства в области устойчивого воздействия. Согласно новой системе, больше внимания стало уделяться именно экологическим аспектам, а также реальным действиям менеджмента по внедрению устойчивых практик.

Еще одним важным направлением работы H&M является борьба с изменением климата. Представители компании присутствовали на Парижской конференции по изменению климата в декабре 2015 года, поддержав Парижское соглашение. В будущем компания полностью перейдет на возобновляемые источники энергии, в 2015 году этот показатель уже составил 78% по сравнению с 15% в 2011 году, что привело к снижению выбросов углекислого газа на 56% за один лишь 2015 год. Этому способствовало и повышение энергоэффективности магазинов, которое планируется довести до 20% к 2020

году.

H&M старается сделать возобновляемую энергию более доступной в партнерстве с RE100 и Всемирным фондом природы, расширяя производство возобновляемой энергии на ветровых и солнечных электростанциях, расположенных на складах и дата-центрах компании. Благодаря эффективной охлаждающей системе, за три года удалось сократить потребление электричества серверами компании на 75%. К тому же, в одном из IT-парков компании тепло, вырабатываемое охлаждающей системой, используется для отопления квартир близлежащих домов, поддерживая круговую энергетическую систему.

В 2014 году компания взяла на себя обязательства выполнять предписания, указанные в «Руководстве для ответственного корпоративного участия в климатической политике», которое было разработано Глобальным договором ООН, CDP, Ceres, Climate Group, WWF и Институтом мировых ресурсов (WRI). Еще до Парижской конференции H&M подписала Earth Statement, взяв на себя обязательства по сокращению влияния на планету и потребовав от мировых лидеров сделать то же самое. Компания также является членом правительственной инициативы Fossil Free Sweden, предпринятой с целью сделать Швецию одной из первых стран, которая сможет обойтись без ископаемых ресурсов.

Согласно исследованию Программы действий по отходам и ресурсам (WRAP), примерно одна треть всей одежды в Великобритании оказывается на свалке, а по оценкам Агентства по защите окружающей среды США (EPA), текстильные отходы занимают 5% территории свалок в США, 95% из которых могли быть использованы заново или переработаны. Ненужная одежда может служить материалом для новых вещей, сокращая при этом влияние на окружающую среду, уменьшая количество отходов, а также затрат земли, воды и других ресурсов на изготовление одежды.

Почти в каждом магазине H&M находятся специальные баки, куда можно отдавать старую одежду в любом состоянии и любого бренда. Вся эта одежда сортируется и затем либо отдается на благотворительные цели, либо перерабатывается, но ни одна вещь не идет на свалку. С 2013 года было собрано более 22 тонн ненужной одежды, что равно примерно ста миллионам футболок. Около 5 миллионов вещей были отданы на благотворительные цели, остальные были переработаны. Такая инициатива – один из шагов, направленных на переход к круговой экономике. Прежде всего, компания стремится производить вещи, которые будут долго служить, а также обеспечивать повторное использование одежды, например, с помощью секонд-хендов. В ноябре 2015 года H&M инвестировала в шведский стартап Sellpy, онлайн-сервис, который помогает людям продавать ненужные вещи.

Повторное использование и переработка относятся не только к одежде, но и ко всем

отходам, которые накапливаются у компании: картон (65%), бумага (10%), пластик (7%). В 2015 году H&M переработала 94% своих отходов, что равнялось 50 тоннам мусора. Компания осознает, насколько важно использовать ресурсы рационально, ведь это не только помогает планете, но и увеличивает конкурентное преимущество компании.

Одной из главных угроз бизнесу и обществу является глобальный водный кризис. При этом выращивание хлопка, окраска тканей и, что не менее важно, стирка вещей потребителями оказывают влияние на истощение водных ресурсов. Чтобы определить новые стандарты для индустрии моды, компания объединилась с такими организациями как WWF, Solidaridad и Swedish Textile Water Initiative (STWI). С 2013 по 2015 год компании уже удалось снизить потребление воды в регионах с недостатком водных ресурсов почти в два раза – со 130 тысяч кубометров до 71 тысячи. Шведские бренды одежды в сотрудничестве со Стокгольмским международным институтом воды (SIWI) разработали руководящие указания по устойчивому использованию воды в производстве текстиля и кожи. В 2015 году при поддержке Шведского агентства международного сотрудничества в области развития (SIDA) H&M запустила проекты по разумному использованию водных ресурсов в Эфиопии, Турции и Индии.

Несмотря на то, что большая часть водных ресурсов тратится во время производства тканей, компания стремится экономить воду во всех сферах своей деятельности. Для этого все магазины, склады и офисы постепенно переходят на водосберегающие технологии, что помогает в том числе сократить расходы компании. В 2015 году 37% помещений компании имели водосберегающее оборудование по сравнению с 19% в 2013 году. Несколько складов также оборудованы устройствами по сбору дождевой воды, собрав в 2015 году 21,2 млн литров воды.

Семья Перссонов, основателей и крупнейших акционеров H&M, создала также H&M Foundation, вложив в него около 130 млн долларов. В 2013 году клиентами и сотрудниками компании с помощью глобального онлайн-голосования были выбраны три сферы деятельности фонда: образование, чистая вода и права женщин. Фонд осуществляет свои международные проекты вместе с ЮНИСЕФ, WaterAid и CARE. Помимо глобальных программ, фонд поддерживает и локальные инициативы в странах, где H&M ведет свою деятельность, например, в Индии, Бангладеше, Швеции и Эфиопии. К тому же, фонд ежегодно вручает Награду за глобальные изменения, выделяя средства на развитие инноваций в сфере защиты природных ресурсов.

Итак, можно сделать вывод, что компании Unilever, P&G, IKEA и H&M являются

лидерами по корпоративной социальной ответственности в своих сферах деятельности, ежегодно улучшая способы ведения бизнеса и внедряя все более устойчивые практики. Наибольшее внимание уделяется ответственным закупкам производственных материалов, сокращению выбросов углекислого газа путем внедрения возобновляемых источников энергии и переходу на безотходное производство. Ответственность за устойчивое развитие компаний закреплена за одним из топ-менеджеров, который способствует внедрению новых практик в отделениях компаний по всему миру. Компании поддерживают различные международные инициативы в сфере устойчивого развития, а также заключают партнерские соглашения с государственными, некоммерческими и бизнес-структурами. Компании активно продвигают устойчивый образ жизни посредством своей продукции, рекламных акций и образовательных мероприятий, а также выделяют средства на инновационные научные разработки в сфере защиты окружающей среды и сохранения природных ресурсов. Опыт зарубежных ТНК чрезвычайно важен для реализации концепции КСО в российских компаниях, поскольку в нашей стране она лишь набирает обороты. Таким образом, мы можем избежать многих ошибок, уже допущенных в прошлом западными компаниями, и перенять успешные практики.

ГЛАВА 3. РАЗВИТИЕ КСО В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

3.1. Реализация КСО в Российской Федерации

Текущее состояние корпоративной социальной ответственности в России во многом основано на советском представлении о распределении ролей государства и предприятия. В главе раскрывается историческая составляющая КСО в нашей стране, ее сегодняшнее положение и перспективы будущего развития, а также даются рекомендации по внедрению принципов КСО в российских компаниях.

Считается, что явление корпоративной социальной ответственности присуще лишь рыночной экономике. Во время появления этого понятия в 1950-х годах в США в тогдашнем СССР бизнеса в принципе не существовало, единственным законным предпринимателем было само государство, решавшее все социальные и экономические проблемы. Поскольку по действующей Конституции РФ в стране существует частная собственность, а граждане имеют право заниматься предпринимательской деятельностью, повысилась и актуальность ответственного бизнеса⁵⁷.

Невозможно отрицать тот факт, что большое влияние на текущее представление российских компаний о корпоративной социальной ответственности оказал опыт советских времен. Схожее корпоративной социальной ответственности явление существовало в СССР и реализовывалось преимущественно промышленными предприятиями. КСО в советский период чаще всего обозначали терминами «забота о материально-бытовых нуждах трудящихся» и «шефство»⁵⁸. Социальные гарантии носили обязательный характер и были законодательно обусловлены, а не исходили от инициативы руководства. Мотивом социальной ответственности было скорее соблюдение законодательства, нежели стремление принести пользу обществу.

Природоохранные же проблемы рассматривались скорее с точки зрения влияния деятельности предприятий на санитарное благополучие населенных пунктов. При проектировании городов учитывалась «роза ветров» промышленных предприятий, существовали нормы концентрации вредных газов в атмосфере, за несоблюдение санитарно-гигиенических норм накладывались штрафы. В Законе «О предприятиях в СССР» от 1990 года сказано о том, что «предприятие обязано своевременно осуществлять

⁵⁷ Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика // Успехи современного естествознания. 2011. № 12. С. 91-93.

⁵⁸ Данышина В. В., Соловьёва В. В. Социальная ответственность промышленных предприятий в СССР // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. №3, 2015.

природоохранные мероприятия, направленные на снижение и компенсацию отрицательного воздействия его производства на природную среду», а также «несет ответственность за соблюдение требований и норм по рациональному использованию, восстановлению и охране земель, вод, недр, лесов, других природных ресурсов, а также возмещает ущерб, причиненный в результате его деятельности»⁵⁹.

Таким образом, в России и западных странах сложилось разное представление о социальной ответственности. За рубежом в понятие КСО была заложена польза обществу, выражавшаяся в добровольных инициативах руководства и сотрудников, в нашей же стране понятие КСО отождествлялось с законодательно обязательными социальными гарантиями.

По сей день в России, как и во многих других государствах, не прекращается противостояние экономического либерализма и эгалитаризма в качестве двух подходов к организации человеческой деятельности⁶⁰. Экономический либерализм основывается на принципе равенства возможностей, эгалитаризм в свою очередь предполагает равное распределение благ между всеми членами общества. На эгалитаризме был построен СССР, который развивался в соответствии с принципами коллективизма и солидарности, что усилило консолидацию общества и ускорило индустриализацию. Большую часть общества устраивала социальная защищенность со стороны государства, однако подобный подход породил привычку населения к государственному обеспечению и сдерживание инноваций в современной России. Следует отметить, что государство при этом не способно поспевать за потребностями общества, поскольку не может принимать во внимание все особенности отношений между компаниями, обществом и представителями власти⁶¹.

Система социальной поддержки, принятая в СССР, не способствовала созданию института КСО в современной России. Законодательное регулирование КСО все еще находится на стадии зарождения – нет инструментов поощрения социальной ответственности, например, налоговых послаблений⁶². Страна остается слабо интегрирована в мировую экономику и международное информационное пространство, традиции корпоративного управления отсутствуют, а состояние общественных

⁵⁹ Закон N1529-1 «О предприятиях в СССР» от 4 июня 1990 года. URL:

<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=ESU;n=2961#0>

⁶⁰ Зарецкий А.Д. Гуманистические аспекты развития экономических отношений в обществе: эгалитаризм и либерализм // Экономика: теория и практика. № 4(25). 2012. С. 10-14.

⁶¹ Зарецкий А.Д. Гуманистический характер корпоративной социальной ответственности в контексте формирования общих ценностей бизнеса // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6.

⁶² Кочетова В.С. Корпоративная социальная ответственность в России: основные тенденции и перспективы развития // Бизнес. Общество. Власть. 2011. № 6. С. 92–106.

инфраструктур оставляет желать лучшего – все это привело к усилению роли политического фактора в развитии КСО⁶³.

Так, ответственность бизнеса перед обществом в России начала повышаться, хоть и неоднозначным образом, с 2003 года, когда прошел съезд Российского союза промышленников и предпринимателей, где В.В. Путин призвал бизнес-круги стать социально ответственнее. С того момента стал заметен прогресс в этой сфере со стороны крупных частных и государственных компаний⁶⁴. Они начали внедрять международные стандарты экологического менеджмента, вступать в диалог с заинтересованными сторонами, публиковать отчеты об устойчивом развитии.

Одной из первых корпораций, всерьез занявшихся управлением социальной ответственностью, стала РАО «ЕЭС России». Несмотря на то, что РАО «ЕЭС» в 2008 году в ходе реформы электроэнергетики была реорганизована в различные генерирующие, передающие и сбытовые компании, ее опыт в области КСО, используемый некоторыми из этих компаний, следует признать продуктивным. В 2005 году в рамках компании была создана Дирекция по управлению нефинансовыми рисками и социальной отчетности, сформулирована социальная миссия компании (обеспечение электроэнергией и теплом потребности населения и экономики), а важнейшими ценностями были выделены надежность и доступность электро- и теплоснабжения, эффективное использование энергии и топлива, развитие партнерских отношений с потребителями, безопасность и здоровье сотрудников, минимизация вредного воздействия на окружающую среду. За один год реализация принципов КСО способствовала росту удовлетворенности потребителей на 15%, снижению уровня травматизма работников, оптимизации численности персонала, созданию новых рабочих мест, модернизации оборудования и внедрению новых технологий по снижению негативного воздействия на окружающую среду. Суммарный выброс в атмосферу вредных веществ предприятиями РАО снизился на 2,8 %, удельные выбросы снизились на 6,2 %, сбросы загрязнений сточных вод сокращены на 23 %, объемы образования опасных отходов сократились в 2,3 раза. Подобная стратегия в области КСО положительно сказалась на позициях компании в мировых рейтингах: в октябре 2007 года

⁶³ Корпоративная социальная ответственность в современной России: теория и практика // Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. 2005. № 26 (278). С. 8.

⁶⁴ Костин А.Е. Корпоративная ответственность и устойчивое развитие. М.: Институт устойчивого развития Общественной палаты Российской Федерации / Центр экологической политики России, 2013.

рейтинг РАО был повышен до ВВ с позитивным прогнозом, а рейтинг прозрачности до 72%⁶⁵.

По мнению А.Р. Ахметшиной, особое внимание охране окружающей среды следует уделять компаниям, представляющим известные торговые марки и имеющим устойчивый имидж на рынке; представляющим добывающую и тяжелую промышленность, чья деятельность особенно остро сказывается на состоянии окружающей среды; чья деятельность напрямую зависит от природных ресурсов; работающим с опасными материалами и сотрудничающим с крупными клиентами, которые могут поставить вопрос об экологической деятельности компании⁶⁶.

Однако по сей день в России социально-ответственными можно назвать не более ста компаний, так или иначе осуществляющих международную деятельность и осознающих стратегическую значимость КСО для дальнейшего развития бизнеса. Большую часть из них составляют крупные компании нефтегазовой, металлургической, энергетической, химической и финансовой отраслей, такие как «Норильский никель», «ЛУКОЙЛ», «Северсталь», «Газпром», «Татнефть», «Внешэкономбанк» и др. Этот факт объясняется тем, что крупные компании обладают необходимыми ресурсами для реализации социально-ответственных проектов и подготовки отчетности⁶⁷. К тому же, они в большей степени вовлечены в глобализацию, а их негативное влияние особенно пагубно может сказаться на состоянии окружающей среды при отсутствии стандартов устойчивого производства.

Малый и средний бизнес пока практически не вовлекается в развитие КСО и обычно ограничивается только благотворительностью, не затрагивая все три сферы – экономическую, экологическую и социальную. Структурированного развития в этой области нет и среди государственных компаний, что связано с непрозрачностью их деятельности, нежеланием добровольно раскрывать важную информацию в отчетности по международным стандартам. Подобная скрытность – парадокс современного государственного бизнеса, ведь по сути он является народным и должен быть главным представителем социального ответственного поведения.

Мотивация компаний для внедрения принципов КСО немного отличается в зависимости от области их направленности. Российские компании, ведущие зарубежную

⁶⁵ Савин Е.И. Корпоративная социальная ответственность в контексте реализации концепции устойчивого развития // Вопросы экономики и права. №36, 2011. С. 185-189.

⁶⁶ Ахметшина А.Р. Международный бизнес и экология // Российское предпринимательство. 2011. № 1-2 (176). С. 4-9.

⁶⁷ Шевченко И.Л. Социальная ответственность в практике корпоративного управления российских компаний // Российское предпринимательство. 2015. №1.

деятельность, стремятся укрепить репутацию на международных рынках, сотрудничать с иностранными заинтересованными сторонами, сократить нефинансовые риски, повысить свои шансы на получение инвестиций со стороны крупных международных учреждений. Компании же, оперирующие в нашей стране, стараются достигнуть тех же показателей, но на национальном уровне, при этом усилить взаимодействие с местными органами власти и заработать преимущества при распределении государственных заказов⁶⁸.

В настоящее время все больше российских компаний становятся охвачены международной отчетностью. Этот процесс активно поддерживается Российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП), который был основан в 1991 году. В 2004 году он разработал Социальную хартию российского бизнеса, принятую в новой редакции в 2008 году. Хартия представляет собой свод принципов корпоративной ответственности, основанных на Глобальном договоре ООН, в российскую сеть которого входит РСПП. К Хартии уже присоединилась 261 российская организация, в которых трудоустроены более 7 миллионов человек⁶⁹. РСПП также создал Национальный Регистр и Библиотеку корпоративных нефинансовых отчетов, в которых содержится информация о более чем 130 российских компаниях⁷⁰. В 2008 году на базе GRI были разработаны Базовые индикаторы результативности РСПП, адаптированные к российским реалиям. В их основе лежат показатели тройной отчетности – экономической, социальной и экологической, однако они не содержат отчетности по корпоративному управлению⁷¹.

Продвижением принципов КСО занимается и Ассоциация менеджеров России, основанная в 1999 году. Членами Ассоциации являются топ-менеджеры ключевых российских и международных компаний, которые обмениваются мнениями и опытом по различным аспектам развития общества и бизнеса. Деятельность Ассоциации ведется в рамках нескольких комитетов, среди которых и Комитет по КСО. Комитеты проводят исследовательские проекты, определяют наиболее успешные примеры деловой практики и разрабатывают практические рекомендации, которые затем распространяются в средствах массовой информации, среди менеджеров компаний и органов власти⁷².

⁶⁸ Костин А.Е. Корпоративная ответственность и устойчивое развитие. С. 17.

⁶⁹ Российский союз промышленников и предпринимателей. Социальная хартия российского бизнеса. URL: <http://xn--o1aabe.xn--p1ai/simplepage/474>

⁷⁰ Российский союз промышленников и предпринимателей. Национальный Регистр и Библиотека корпоративных нефинансовых отчетов. URL: <http://xn--o1aabe.xn--p1ai/simplepage/157>

⁷¹ Киселева Л.С. Стандартизация КСО: российские и международные реалии в области устойчивого развития // Журнал Стандарты и качество. URL: <http://ria-stk.ru/stq/adetail.php?ID=60780>

⁷² Ассоциация менеджеров России. Комитеты Ассоциации менеджеров. URL: <http://www.amr.ru/committees/>

Одним из значимых проектов в сфере корпоративной экологической ответственности считается реализуемый экобюро GREENS в партнерстве с Ассоциацией менеджеров и Московской школой управления СКОЛКОВО проект «Зеленые офисы России»⁷³, пока что единственный независимый национальный рейтинг, который сравнивает экологические показатели офисов и мотивирует компании к корпоративной экологической ответственности. В 2016 году в рейтинг попала 51 организация, которая прошла добровольный аудит по экологичности своих офисов. Наиболее важными критериями выступили экологическое просвещение сотрудников и ответственные закупки.

Помимо сокращения экологического следа, корпоративная ответственность в сфере защиты окружающей среды становится еще и способом экономии на издержках. В качестве примера можно привести деятельность Сбербанка по совершенствованию механизмов энергосбережения и контроля энергопотребления, а также начатый в 2009 году в центральном офисе банка сбор макулатуры. Еще одним примером является деятельность Газпрома по модернизации водных очистных сооружений, оптимизации систем энергоснабжения и снижении выбросов углекислого газа в атмосферу⁷⁴.

Успехи российских компаний заметны по индексу экологической эффективности (EPI)⁷⁵, который раз в два года обновляется Йельским и Колумбийским университетами. В рейтинге учитывается уровень заботы об окружающей среде и здоровье населения, состояние водных и других природных ресурсов, а также соблюдение санитарных норм. В 2016 году Россия заняла 32-е место из 180 стран рейтинга, поднявшись с 73-го места, которое она занимала в 2014 году. За последние 10 лет наша страна смогла улучшить свои показатели на 24%.

Таким образом, социальная ответственность российскими организациями рассматривается как важная часть корпоративной деятельности, однако зачастую узко трактуется и несистемно применяется, по большей части в виде благотворительных акций в сферах образования, культуры и спорта. По этой причине КСО в большинстве компаний остается составляющей связей с общественностью (PR). Однако ведущие российские компании постепенно переходят к пониманию КСО как инструмента по управлению нефинансовыми рисками и включают ее в систему корпоративного управления.

⁷³ Рейтинг «Зеленые офисы России 2016». URL: <http://ecobureau.ru/greenofficerating2016>

⁷⁴ Никитина А.С., Беркалиева А.П. Роль бизнеса в решении глобальных проблем // Управленческие науки. 2013. № 2. С. 40-45.

⁷⁵ Environmental Performance Index. 2016 Report. URL: http://epi.yale.edu/sites/default/files/2016EPI_Full_Report_opt.pdf

3.2. Перспективы внедрения принципов КСО в российских организациях

У России есть реальная возможность быстро развивать корпоративную социальную ответственность с опорой на опыт других стран. Некоторые эксперты уверены, что следование международным стандартам обязательно для становления КСО в России, другие же признают, что международные стандарты с трудом подходят для российских реалий. Российская модель развивается по собственной траектории с учетом преимущественно обязательных признаков КСО: производство качественных товаров и услуг, создание рабочих мест и инвестиции в человеческий потенциал, исполнение законодательства.

Существует множество причин, по которым КСО не находит популярности среди российских компаний. В нашей стране по-прежнему остается неразвитым гражданское общество, соответственно, компании практически не ощущают на себе давление с его стороны⁷⁶. Роль же государства все еще высока, влияние со стороны властей значительно, и законодательно обязательные мероприятия воспринимаются как тяжкий груз. При этом в связи с культурными особенностями лишь около 50% предпринимателей готовы делиться информацией о своей благотворительной и социально-ответственной деятельности, поскольку делают это не ради признания, а ради духовного удовлетворения⁷⁷. Социальная деятельность компаний зачастую бессистемна и не соотносится с финансовыми возможностями компании. Основной причиной этого является недооценка КСО как способа роста конкурентоспособности, капитализации и укрепления бренда. Напротив, по мнению многих руководителей, КСО несет в себе лишь затраты и рассматривается как часть рекламы и связей с общественностью⁷⁸.

Однако из-за выхода крупных российских компаний на международный рынок их отношение к КСО начало меняться. Сейчас в России наблюдается ряд тенденций⁷⁹:

- Все больше компаний начинают вести добровольную отчетность, преимущественно из-за экономических выгод.
- В реализацию социально-ответственных проектов компаний вовлекаются НКО, государство, гражданское общество и компании-партнеры.

⁷⁶ Авилова М. Г. Корпоративная социальная ответственность в России: тенденции, проблемы, решения // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 34. С. 1–5.

⁷⁷ Николаев Н. Н. Проблемы и пути развития корпоративной социальной ответственности в России. URL: <http://opora-sozidanie.ru/?p=1380>

⁷⁸ Костин А.Е. Корпоративная ответственность... С. 30.

⁷⁹ Авилова М. Г. Корпоративная социальная ответственность... С. 4.

- Крупные компании в качестве условия для сотрудничества выдвигают поставщикам требования по соблюдению принципов КСО.
- Повышается внимание к экологической ответственности, например, по снижению количества отходов или потребления ресурсов.

Управление нефинансовыми рисками играет в нашей стране все более важную роль из-за слабого обеспечения здоровой конкуренции и прав собственности – законодательные, социальные и экологические риски у нас выше, чем в развитых странах. Именно поэтому необходимо внедрять принципы КСО в корпоративное управление, вводить должности директоров по КСО, вести социальную отчетность на основе международных и национальных стандартов. Открытая отчетность позволяет не только оценить вклад различных компаний в устойчивое развитие, но важна и для руководства компании, чтобы отслеживать свой прогресс и вовремя реагировать на изменение внешней обстановки⁸⁰.

Чтобы и дальше продолжать внедрение КСО в российских компаниях, на федеральном уровне нужно определить национальные приоритеты и закрепить обязанности по регулированию КСО за одним из федеральных министров, ежегодно проводить форумы по ответственности бизнеса и усиливать его взаимодействие с государством, разрабатывать практические рекомендации по внедрению стандартов отчетности и управления КСО, финансировать проекты в области устойчивого развития и КСО. Подобные действия необходимы и на региональном, и на местном уровнях⁸¹. Чтобы повысить интерес бизнеса к внедрению принципов КСО, стоит работать с малым и средним бизнесом на выявление экономических и социальных выгод компании от КСО, но при этом использовать и обязательную отчетность по устойчивому развитию в соответствии с национальными стандартами, а также ужесточать санкции в случае экологических нарушений⁸².

Положительно на формирование политики устойчивого развития в Российской Федерации может повлиять активное сотрудничество с ООН, ОЭСР и странами ЕС, поддерживающими повышение социальной ответственности бизнеса. Они осознают, что без устойчивого бизнеса невозможно и развитие страны в целом, ее регионов и городов.

Перспективным направлением может стать ответственное инвестирование, принципы которого были одобрены ООН еще в 2006 году в виде Финансовой инициативы Программы ООН по окружающей среде (ЮНЕП). Первый шаг в этой области был сделан Внешэкономбанком, который в 2013 году присоединился к данной международной

⁸⁰ Костин А.Е. Корпоративная ответственность... С. 32.

⁸¹ Там же. С. 38.

⁸² Авилова М. Г. Корпоративная социальная ответственность... С. 5.

инициативе и подтвердил таким образом свою готовность к ответственному инвестированию с опорой на экологические и социальные аспекты⁸³.

Важным инструментом повышения социальной ответственности бизнеса является обмен опытом в этой сфере. Участие российских компаний в таких международных мероприятиях, как Мировой Форум за ответственную экономику, безусловно может принести неплохие результаты. Форум проходит уже 10 лет подряд в различных французских городах и ежегодно собирает более 5000 участников⁸⁴. Первыми российскими представителями стали «Сахалин Энерджи» и «Трансаэро», впоследствии участие принимали также «Норильский никель», «Вымпелком» и другие компании, опыт которых вызвал интерес участников Форума и продемонстрировал выгоды КСО для всех заинтересованных сторон.

Участие российских ученых в мероприятиях, посвященных тематике КСО, также играет большое значение. Так, В. В. Григорьева описала свой опыт участия в проекте CSR Live 2014⁸⁵, который был посвящен изучению реализации принципов КСО среди шведских компаний (Telia, Scandic Hotels и Macklean)⁸⁶. Исследование проводилось посредством сравнительного анализа показателей устойчивого развития компаний. Автор полагает, что данное исследование имеет практическое значение для российских компаний, для которых КСО все еще является новым видом деятельности, поэтому придает большое значение пониманию международного стандарта ISO 26000 и информированности предприятий о его сущности. В этом документе содержатся рекомендации по реализации принципов КСО с учетом мирового опыта, оно разработано для всех типов организаций вне зависимости от их размера, местоположения или вида деятельности (государственных, коммерческих, неправительственных).

КСО приводит к развитию межсекторного сотрудничества, обеспечивая партнерство бизнеса, государства и гражданского общества. Пока что состояние подобного типа сотрудничества фрагментарно и неравномерно, однако внедрение международных стандартов КСО подразумевает ведение диалога бизнеса со всеми заинтересованными сторонами при формировании своих стратегий и отчетов. В этой связи важно и то, каким образом проявляют свою заинтересованность в сотрудничестве государство и

⁸³ Костин А.Е. Корпоративная ответственность... С. 57.

⁸⁴ World Forum for a Responsible Economy. URL: <https://www.responsible-economy.org/en/worldforum2016/>

⁸⁵ CSR Live. About us. URL: <http://csrlive.in/about-us/>

⁸⁶ Григорьева В.В. Корпоративная социальная ответственность бизнеса: опыт шведских компаний на практике // Социально-политические и эколого-хозяйственные проблемы развития балтийского региона. 2015. С. 65-75.

некоммерческие организации, которые в основном и представляют гражданское общество. И если НКО сегодня принимают участие в реализации различных проектов совместно с российскими и международными компаниями, то на государственном уровне до сих пор даже не существует согласованной и последовательной политики ни в области КСО, ни в области защиты окружающей среды. Обеспечение справедливой конкуренции – один из самых верных шагов, который стоило бы предпринять властям на данном этапе, ведь борьба с конкурентами сподвигает компании к более экологичному и качественному производству, снижению цен и предотвращает коррупцию.

Административное давление по всему миру зарекомендовало себя как недостаточно эффективное. Государству не стоит оказывать чрезмерное давление на бизнес, нужно лишь установить четкие правила и требования, а также создать экономические и моральные стимулы к развитию КСО в нашей стране. В случае формирования государственной политики морального и косвенного стимулирования КСО, социально-ответственными могут стать уже не 3% компаний, как это происходит сейчас, а от 40% до 70% организаций, при чем не только крупных, но и средних, и малых. По этому показателю мы имеем все шансы сравняться с США, Францией, Швецией, Великобританией, Японией, Бразилией и ЮАР⁸⁷.

У государства на данный момент хватает проблем в социальной сфере, поэтому надеяться на государственную поддержку в России вряд ли приходится, компаниям стоит полагаться на собственные силы. Главной задачей бизнеса на сегодняшний день является завоевание доверия клиентов и инвесторов. Поддерживать интерес потребителей возможно посредством производства качественных, экологических и доступных товаров и услуг. Для убеждения инвесторов же необходимы прозрачность капитала и собственности, проявление ответственности перед всеми заинтересованными сторонами, а также регулярная отчетность по финансовым и нефинансовым показателям в соответствии с международными и национальными стандартами. Все это достаточно трудновыполнимо при текущем уровне прозрачности государственных и частных компаний, поэтому начинать нужно именно с обязательного раскрытия социальных, экологических и управленческих показателей.

Следует заметить, что тенденции развития КСО в России во многом основаны на прошлом опыте советских времен и выражаются в чрезмерном государственном давлении. К тому же, налицо привычка населения к государственному обеспечению, гражданское общество до сих пор не развито до такой степени, чтобы предъявлять серьезные требования

⁸⁷ Костин А.Е. Корпоративная ответственность... С. 72.

к бизнесу по его ответственности перед обществом и природой. Чтобы способствовать развитию КСО в нашей стране, необходимо создавать экономические стимулы для ответственных организаций и обеспечивать прозрачность их деятельности с помощью отчетности в области устойчивого развития по международным стандартам. Следует объяснять представителям бизнеса выгоды от внедрения принципов КСО, проводить мероприятия национального и мирового масштаба для обмена опытом в этой области, важно вовлекать в этот процесс не только крупный, но также средний и малый бизнес. Не меньшую роль играет и инициатива компаний, которые уже постепенно сталкиваются с конкуренцией на международных рынках и переходят к разумной стратегии, основанной на принципах устойчивого развития («загрязнитель платит» и др.).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С началом процессов глобализации проблемы отдельных государств начали приобретать общемировой масштаб, потребовались согласованные действия для их решения со стороны мирового сообщества. Надеждой на разрешение глобальных проблем бедности, неравенства, изменения климата и разрушения природных экосистем стала концепция устойчивого развития. Она подразумевает, что человечество должно научиться удовлетворять свои потребности, не лишая при этом права будущих поколений на удовлетворение их собственных потребностей.

Глобализация также вывела на международную политическую арену нового актора – транснациональные корпорации, деятельность которых стала восприниматься с негативной стороны во многом из-за их стремления к экономической выгоде в ущерб социальному благополучию большей части населения планеты и отрицального влияния на состояние окружающей среды. Возникшая в 1950-х годах концепция корпоративной социальной ответственности, гармонично объединяющая экономическое развитие с экологической безопасностью и процветанием широких слоев населения, получила особенное распространение в последние годы, когда репутация компании стала играть все более важную роль в ее устойчивом развитии. Идущий в ногу со временем бизнес больше не расценивает вложения в КСО как бесполезные траты – теперь это инвестиции, которые помогут компаниям как можно дольше оставаться успешными и конкурентоспособными.

Чтобы помочь бизнесу во внедрении принципов КСО, создаются различные международные инициативы, крупнейшей из которых является Глобальный договор ООН. В нем закреплены десять главных принципов, которым должны следовать компании, чтобы носить звание социально-ответственных, три принципа посвящены защите окружающей среды. В рамках Глобального договора создается множество платформ, которые помогают компаниям в их стремлении совершенствовать собственную деятельность и следовать международным стандартам ведения социально-ответственного бизнеса.

В качестве примеров успешного внедрения принципов КСО была рассмотрена деятельность международных компаний Unilever, P&G, IKEA и H&M, занимающихся производством потребительских товаров. Несмотря на то, что они еще не до конца достигли намеченных целей в сфере устойчивого развития, каждая из компаний демонстрирует стабильный прогресс и задает темп для остальных компаний своей отрасли. Среди ключевых направлений, по которым компании стремятся достичь успеха, можно отметить ответственные закупки производственных материалов, сокращение выбросов углекислого газа, внедрение возобновляемых источников энергии и переход к безотходному

производству. Перечисленные корпорации принимают участие в различных международных инициативах, заключают партнерства с государственными, некоммерческими и бизнес-структурами, а также стараются оказывать положительное влияние на принятие политических решений, таких как подписание Парижского соглашения в 2015 году.

Представляется, что опыт иностранных ТНК имеет большое значение для развития КСО в нашей стране, поскольку здесь эта концепция находится в зачаточном состоянии. Применяя наиболее успешные практики международных компаний, мы можем сократить риски и пройти этот путь не за десятилетия, как это происходило на Западе, а лишь за несколько лет. Пока что КСО в России рассматривается как часть пиара, а не корпоративного управления, и большая часть компаний не желают выделять средства на модернизацию своей деятельности, поскольку считают эти расходы неоправданными. Государственное давление воспринимается негативно в силу исторических особенностей, а гражданское общество пока не достигло необходимого уровня влияния.

Однако ведущие корпорации, работающие на международных рынках, постепенно приходят к пониманию важности КСО и пытаются выстраивать свою деятельность в соответствии с международными и национальными стандартами. Они осознают, что ключевым фактором успеха в современном мире становится доверие, а завоевать его можно лишь с помощью производства безопасных и доступных товаров и оказания качественных услуг, а также прозрачности капитала и собственности, что достигается путем добровольного раскрытия экономических и экологических показателей в открытых отчетах. Для дальнейшего совершенствования КСО в России, нужно создавать дополнительные экономические стимулы для ответственных компаний со стороны государства, способствовать внедрению отчетности в области экологии и устойчивого развития и организовывать площадки для взаимодействия российских и международных компаний с целью их обмена опытом. Вовлекать в этот процесс стоит не только крупнейшие корпорации, но также средний и малый бизнес.

Таким образом, реализация принципов КСО и их экологической составляющей имеет существенное значение для дальнейшего устойчивого развития в международном и национальном масштабах. КСО в России реальна, это доказывают ТНК, ведущие деятельность в нашей стране, а также передовые отечественные компании. Следуя их примеру, представители российского бизнеса способны достигнуть значительных успехов во внедрении принципов КСО в кратчайшие сроки, особенно при поддержке со стороны государства и гражданского общества.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Источники:

1. Ассоциация менеджеров России. Комитеты Ассоциации менеджеров. URL: <http://www.amr.ru/committees/> (дата обращения: 30.04.2017)
2. ГОСТ Р ИСО 26000-2012. Руководство по социальной ответственности. URL: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-iso-26000-2012> (дата обращения: 19.03.2017)
3. Государственная программа Российской Федерации «Охрана окружающей среды» на 2012 - 2020 годы. URL: http://www.mnr.gov.ru/upload/iblock/34e/Gosprogramma_OOS.pdf (дата обращения: 17.03.2017)
4. Декларация Конференции Организации Объединенных Наций по проблемам окружающей человека среды. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declarathenv.shtml (дата обращения: 19.03.2017)
5. Закон N1529-1 «О предприятиях в СССР» от 4 июня 1990 года. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=ESU;n=2961#0> (дата обращения: 30.04.2017)
6. Йоханнесбургская декларация по устойчивому развитию. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/decl_wssd.shtml (дата обращения: 19.03.2017)
7. Киотский протокол к Рамочной конвенции Организации Объединенных Наций об изменении климата. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/kyoto.shtml (дата обращения: 18.03.2017)
8. Официальный сайт ООН. Церемония подписания Парижского соглашения по климату. URL: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/about/climate-change/> (дата обращения: 19.03.2017)
9. Парижское соглашение. URL: http://unfccc.int/files/essential_background/convention/application/pdf/russian_paris_agreement.pdf (дата обращения: 19.03.2017)
10. План выполнения решений Всемирной встречи на высшем уровне по устойчивому развитию. URL: http://www.un.org/ru/events/pastevents/pdf/plan_wssd.pdf (дата обращения: 19.03.2017)

11. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН А/70/L.1. Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. URL: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N15/291/92/PDF/N1529192.pdf> (дата обращения: 19.03.2017)
12. Рейтинг «Зеленые офисы России 2016» . URL: <http://ecobureau.ru/greenofficerating2016> (дата обращения: 22.04.2017)
13. Рио-де-Жанейрская декларация по окружающей среде и развитию. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/riodecl.shtml (дата обращения: 19.03.2017)
14. Российский союз промышленников и предпринимателей. Национальный Регистр и Библиотека корпоративных нефинансовых отчетов. URL: <http://xn--o1aabe.xn--p1ai/simplepage/157> (дата обращения: 30.04.2017)
15. Российский союз промышленников и предпринимателей. Социальная хартия российского бизнеса. URL: <http://xn--o1aabe.xn--p1ai/simplepage/474> (дата обращения: 30.04.2017)
16. Цели развития тысячелетия: доклад за 2015 год. URL: <http://www.un.org/ru/millenniumgoals/mdgreport2015.pdf> (дата обращения: 18.03.2017)
17. CSR Live. About us. URL: <http://csrlive.in/about-us/> (дата обращения: 01.05.2017)
18. DJSI 2016 Review Results. URL: <http://www.robecosam.com/images/review-presentation-2016.pdf> (дата обращения: 22.04.2017)
19. Environmental Performance Index. 2016 Report. URL: http://epi.yale.edu/sites/default/files/2016EPI_Full_Report_opt.pdf (дата обращения: 30.04.2017)
20. Environmental Stewardship Strategy. URL: https://www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/Environment/Environmental_Stewardship_Strategy.pdf (дата обращения: 19.03.2017)
21. Global Compact Network Russia. О Глобальном договоре. URL: <http://www.globalcompact.ru/index/o-globalnom-dogovore.html> (дата обращения: 26.03.2017)
22. Global Compact. What you can do. URL: https://www.unglobalcompact.org/HowToParticipate/Engagement_Opportunities/index.html (дата обращения: 26.03.2017)

23. Green Paper. Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. Commission of the European Communities. Brussels, 2001. URL: http://europa.eu/rapid/press-release_DOC-01-9_en.pdf (дата обращения: 19.03.2017)
24. GRI Standards. URL: <https://www.globalreporting.org/standards/> (дата обращения: 27.03.2017)
25. H&M Conscious Actions Sustainability Report 2015. URL: http://sustainability.hm.com/content/dam/hm/about/documents/en/CSR/2015%20Sustainability%20report/HM_SustainabilityReport_2015_final_FullReport_en.pdf (дата обращения: 15.04.2017)
26. IKEA Group Sustainability Report FY16. URL: http://www.ikea.com/ms/ru_RU/pdf/sustainability_report/IKEA_Group_Sustainability_Report_2016.pdf (дата обращения: 09.04.2017)
27. ISO 26000:2010. Guidance on social responsibility. URL: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en> (дата обращения: 30.03.2017)
28. P&G 2016 Citizenship Report. URL: http://cdn.pgcom.pgsitecore.com/en-us/-/media/PGCOMUS/Documents/PDF/Sustainability_PDF/sustainability_reports/PG2016CitizenshipReport.pdf (дата обращения: 05.04.2017)
29. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. URL: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf> (дата обращения: 19.03.2017)
30. The CEO Water Mandate. Mission & Governance. URL: <http://ceowatermandate.org/what-we-do/mission-governance/> (дата обращения: 26.03.2017)
31. The CEO Water Mandate. An initiative by business leaders in partnership with the international community. URL: https://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/8.1/Ceo_water_mandate.pdf (дата обращения: 26.03.2017)
32. The European Business Network for Corporate Social Responsibility — CSR Europe. URL: <http://www.csreurope.org/> (дата обращения: 26.03.2017)
33. The Ten Principles of the UN Global Compact. URL: <https://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html> (дата обращения: 26.03.2017)
34. Unilever Sustainable Living. URL: <https://www.unilever.com/sustainable-living/> (дата обращения: 02.04.2017)

35. Unilever Sustainable Living Plan: Summary of progress 2015. URL:
https://www.unilever.com/Images/uslp-mobilising-collective-action-summary-of-progress-2015_tcm244-424809_en.pdf (дата обращения: 02.04.2017)
36. United Nations Global Compact: Guide to Corporate Sustainability. URL:
https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN_Global_Compact_Guide_to_Corporate_Sustainability.pdf (дата обращения: 26.03.2017)
37. United Nations Framework Convention on Climate Change. The Paris Agreement. URL:
http://unfccc.int/paris_agreement/items/9485.php (дата обращения: 19.03.2017)
38. United Nations Millennium Declaration. URL:
<http://www.un.org/millennium/declaration/ares552e.pdf> (дата обращения: 19.03.2017)
39. World Forum for a Responsible Economy. URL: <https://www.responsible-economy.org/en/worldforum2016/> (дата обращения: 30.04.2017)

Литература:

40. *Авилова М. Г.* Корпоративная социальная ответственность в России: тенденции, проблемы, решения // Концепт. 2016. Т. 34. С. 1–5.
41. *Асаул А.Н.* Новая философия предпринимательства — корпоративная социальная ответственность // Корпоративное управление. 2014. №4. С. 30-37.
42. *Асаул А. Н.* Особенности трансформации экономики при переходе к постиндустриальному строю // Вестник гражданских инженеров. 2008. № 1. С. 71-74.
43. *Ахметишина А.Р.* Международный бизнес и экология // Российское предпринимательство. 2011. № 1-2 (176). С. 4-9.
44. *Белоусов К.Ю.* Современный этап эволюции концепции устойчивого развития и формирование парадигмы корпоративной устойчивости // Проблемы современной экономики. 2013. № 1(45).
45. *Бурчакова М.А.* Становление системы социальной корпоративной отчетности: международный опыт и Россия // Экономический анализ: теория и практика. 2009. № 8(137). С. 36-43.
46. *Григорьева В.В.* Корпоративная социальная ответственность бизнеса: опыт шведских компаний на практике // Социально-политические и эколого-хозяйственные проблемы развития балтийского региона. 2015. С. 65-75.
47. *Даньшина В. В., Соловьёва В. В.* Социальная ответственность промышленных предприятий в СССР // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2015. №3.

48. *Зарецкий А.Д.* Гуманистические аспекты развития экономических отношений в обществе: эгалитаризм и либерализм // Экономика: теория и практика. № 4(25). 2012. С. 10-14.
49. *Зарецкий А.Д.* Гуманистический характер корпоративной социальной ответственности в контексте формирования общих ценностей бизнеса // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6.
50. *Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е.* Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика // Успехи современного естествознания. 2011. № 12. С. 91-93.
51. *Киселева Л.С.* Стандартизация КСО: российские и международные реалии в области устойчивого развития // Журнал Стандарты и качество. URL: <http://ria-stk.ru/stq/adetail.php?ID=60780> (дата обращения: 01.04.2017)
52. *Коптюг В.А.* Конференция ООН по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, июнь 1992 года). Новосибирск: СО РАН, 1992.
53. Корпоративная социальная ответственность в современной России: теория и практика // Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. 2005. № 26 (278).
54. Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса: учеб. пособие. М.: Внешэкономбанк, 2011.
55. *Костин А.Е.* Корпоративная ответственность и устойчивое развитие. М.: Институт устойчивого развития Общественной палаты Российской Федерации / Центр экологической политики России, 2013.
56. *Кочетова В.С.* Корпоративная социальная ответственность в России: основные тенденции и перспективы развития // Бизнес. Общество. Власть. 2011. № 6. С. 92–106.
57. *Никитина А.С., Беркалиева А.П.* Роль бизнеса в решении глобальных проблем // Управленческие науки. 2013. № 2. С. 40-45.
58. *Николаев Н. Н.* Проблемы и пути развития корпоративной социальной ответственности в России. URL: <http://opora-sozidanie.ru/?p=1380> (дата обращения: 26.04.2017)
59. *Перелет Р.А.* Переход к эре устойчивого развития? // Россия в окружающем мире (аналитический ежегодник). М.: МНЭПУ, 2003.
60. *Печчеи А.* Человеческие качества. М.: Прогресс, 1985. URL: <http://igrunov.ru/cat/vchk-cat-bibl/articles/peccei/ch4.html> (дата обращения: 19.03.2017)

61. *Савин Е.И.* Корпоративная социальная ответственность в контексте реализации концепции устойчивого развития // Вопросы экономики и права. №36, 2011. С. 185-189.
62. Саммит «Рио+20»: будущее, которого хотят не все. URL:
<http://ria.ru/nature/20120623/679787921.html> (дата обращения: 19.03.2017)
63. *Степанова И.В.* Роль международного бизнеса в решении глобальных экологических проблем // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2010. №3.
64. Участники саммита "Рио+20" утвердили итоговую декларацию. URL:
<http://ria.ru/nature/20120623/679784802.html> (дата обращения: 19.03.2017)
65. *Шевченко И.Л.* Социальная ответственность в практике корпоративного управления российских компаний // Российское предпринимательство. 2015. №1. С. 190-197.
66. *Aguilera-Caracuel J., Aragón-Correa J., Torres N., Rugman A.* The Effects of Institutional Distance and Headquarters' Financial Performance on the Generation of Environmental Standards in Multinational Companies // Journal of Business Ethics, Vol. 105, No. 4 (February 2012), pp. 461-474.
67. *Gouldson A.* Do Firms Adopt Lower Standards in Poorer Areas? Corporate Social Responsibility and Environmental Justice in the EU and the US // Area, Vol. 38, No. 4 (Dec., 2006), pp. 402-412.
68. *Rahman N., Post C.* Measurement Issues in Environmental Corporate Social Responsibility (ECSR): Toward a Transparent, Reliable, and Construct Valid Instrument // Journal of Business Ethics, Vol. 105, No. 3 (February 2012), pp. 307-319.
69. *Runhaar H., Lafferty H.* Governing Corporate Social Responsibility: An Assessment of the Contribution of the UN Global Compact to CSR Strategies in the Telecommunications Industry // Journal of Business Ethics 84, no. 4 (February 1, 2009): 479–95.
70. *Uecker-Mercado H., Walker M.* The Value of Environmental Social Responsibility to Facility Managers: Revealing the Perceptions and Motives for Adopting ESR // Journal of Business Ethics, Vol. 110, No. 3 (October 2012), pp. 269-284.
71. *Walker K., Wan F.* The Harm of Symbolic Actions and Green-Washing: Corporate Actions and Communications on Environmental Performance and Their Financial Implications Author // Journal of Business Ethics, Vol. 109, No. 2 (August 2012), pp. 227-242.